

Rahastokuukausisäästösopimuksen myyminen asiakkaalle

Case: yritys

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketaloudenala
Opinnäytetyö
Kevät 2016
Reini Rita

Lahden ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

REINI, RITA:

Rahastokuukausisäästösopimuksen
myyminen asiakkaalle
Case-yritys

Liiketalouden opinnäytetyö, 46 sivua, 3 liitesivua

Kevät 2016

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön tarkoituksena oli saada selville, kuinka asiakkaalle myydään rahastokuukausisäästösopimus. Tarkoituksena oli tutkia myyntiprosessia kahdessa erilaisessa asiakaspalvelutilanteessa ja analysoida, millaisia ongelmia niissä ilmenee. Ensimmäisenä tutkimuskohteena olivat neuvontapalvelut ilman ajanvarausta, jolloin asiakas tulee omasta aloitteesta konttoriin. Asiakkaalla on yleensä joku ongelma, johon hän haluaa ratkaisun. Toisena tutkimuskohteena olivat neuvontapalvelut ajanvarauksella, jolloin aikaa asiakkaan kanssa on huomattavasti enemmän ja palveluneuvojalla on aikaa valmistautua asiakastapaamiseen.

Opinnäytetyön teoreettinen osuus kertoo, mikä rahasto on ja mitä se pitää sisällään. Lisäksi siinä kuvataan, mitä hyötyä rahastosta on asiakkaalle ja miksi jokaisen tulisi säästää tulevaisuuden varalle. Työssä kerrotaan myös, miksi jokaisella pitäisi olla enemmän kuin yksi tili, jolloin säästäminen olisi helpompaa, koska varallisuus on jaettu useammalle tilille.

Empiirisessä tutkimuksessa oli tarkoituksena selvittää pankin henkilöstöltä, miksi rahastokuukausisäästösopimuksia ei myydä tarpeeksi. Empiirinen tutkimus tehtiin webropol-kyselynä, joka lähetettiin palveluneuvojille ja henkilökohtaisille pankkineuvojille. Kyselyn avulla kartoitettiin, mistä alhaiset myyntiluvut johtuivat ja olisiko henkilöstöllä neuvoja, joita muut voisivat käyttää. Yhteenvetona tehtiin opas rahastokuukausisäästösopimusten myymisestä.

Palveluneuvojilla ja henkilökohtaisilla pankkineuvojilla on tavoitteet, joiden mukaan tulisi myydä rahastokuukausisäästösopimuksia. Tavoitteita saavutetaan harvoin. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, johtuiko myynnin vähyys siitä, ettei rahastokuukausisäästösopimuksia osata myydä. Ongelmat voivat myös johtua asiakkaan tietämättömyydestä säästöasioissa tai epäluottamuksesta pankin henkilökuntaa kohtaan.

Asiasanat: rahastokuukausisäästösopimus, säästäminen, myynti

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Studies

REINI, RITA:

How to sell fund savings agreement
to the customer
Case: company

Bachelor's Thesis in Business Studies, 46 pages, 3 pages of appendices

Spring 2016

ABSTRACT

This thesis focused on fund saving agreements and how to sell a fund saving agreement to a customer. The main purpose was to find the reasons why the personnel doesn't meet their sales targets in selling fund saving agreements to the customer. The selling process was inspected from two different points of view. Firstly, the case when a customer comes to the bank without a reserved appointment was inspected. In the second case, a customer has an appointment with a customer adviser or a personal bank adviser. Before the meeting, the customer adviser has time to prepare for a meeting and think about which new products he or she offer to the customer. When a customer visits a bank, they usually have a problem they need to solve.

The theoretical part of this thesis includes basic information about fund saving agreements and what they entail. It also describes why saving for the future is important and why everybody should have more than one account: one for daily use and another for savings. It's easier to save when all the money is not in the same account.

The empirical part includes results of the research. The questionnaire was made using the Webropol-program and it was sent to some of the customer advisers and personal bank advisers. The rate of return was more than fifty percent. The main question was why sales figures are not good enough.

Bank advisors and customer advisors have a sales target for how many fund saving agreements per week they need to sell. The results showed that the personnel do not often achieve their goals. The personnel see insufficient training and the lack of time for self-study as the main reasons for this. On the other hand, the ignorance of customer or their lack of confidence in the personnel might partially affect the situation.

Key words: Fund savings agreement, saving, sales

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Tutkimuksen taustaa	1
1.2	Opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus	2
1.3	Tutkimusmenetelmä	3
2	MIKÄ ON RAHASTO?	5
2.1	Rahastosäästäminen	6
2.2	Millaisia rahastoja on olemassa	7
2.3	Rahastonhoitaja	9
3	SÄÄSTÄMISEN HYÖDYT	11
3.1	Säästämisen aloittaminen	12
3.2	Miksi säästäminen kannattaa?	14
4	MYYNNIN HAASTEET	17
4.1	Myyntiprosessi	17
4.1.1	Neuvontapalvelussa ajanvarauksella	18
4.1.2	Neuvontapalvelussa ilman ajanvarausta	19
5	TUTKIMUS	21
5.1	Tutkimuksen toteutus	22
5.2	Tutkimukseen vastanneet henkilöt	23
5.2.1	Rahastojen osaaminen	23
5.2.2	Sijoitusoppaan käyttö	24
5.2.3	Vastaajien omat säästökokemukset	26
5.2.4	Kuukausi rahastosäästösopimuksen myyminen	27
5.2.5	Oma tapa myydä	30
5.2.6	Asiakkaiden ajatuksia säästämisestä	32
6	MYYNNIN KEHITTÄMINEN	33
6.1	Tehokkaampaa myyntiä	34
6.2	Sopimuksen solmiminen	36
6.3	Myynnin työkalu – Sijoitusopas	37
6.4	Yhteinen päämäärä – palkitseminen	39
6.5	Kohti tavoitteita – myynnin 8 ohjetta	40
7	YHTEENVETO	44

LÄHTEET

47

LIITTEET

50

1 JOHDANTO

Säästäminen on yksi tärkeimmistä asioista, joita jokaisen pitäisi tehdä oman tulevaisuuden turvaamiseksi. Koskaan ei voi ennalta tietää yllättävistä menoista. Ennalta varautuminen yllättäviin menoihin on viisasta. Lisäksi oma varallisuus kasvaa huomaamatta, joka on säästämisen päätavoitteena ja auttaa myöhemmin elämässä eteenpäin. Säästämisessä on päällimmäisenä ajatuksena oman talouden turvaaminen, joko päivittäistä elämää tai tulevaisuutta silmällä pitäen. Toiset haluavat säästää esimerkiksi matkustamista varten, kun taas toisilla ei ole säästämiselle yhtä ainoaa päämäärää. Yksi asia yhdistää jokaista säästäjää: omien unelmien toteuttaminen on päätavoitteena.

Säästämisessä ajatellaan aina ensimmäisenä itseään. Miksi minun pitäisi säästää? Säästämisen aloittaminen on helpompaa, kun on jonkinlainen tavoite kuten oma asunto. Asuntolainan saantia varten kannattaa aloittaa säästäminen, koska asuntolainaneuvotteluissa katsotaan tarkasti asiakkaan taloudellista tilannetta. Kun asiakkaalla on näyttöä pienestä pääomasta ja säästämisen osaamisesta, pankkikin on suopeampi lainaa myöntäessään. Kun säästämisessä on tavoitettu jo yhden kuukauden nettotulot, antaa se paljon helpotusta yllättävän menon sattuessa kohdalle.

1.1 Tutkimuksen taustaa

Tutkimusta tehdessäni käytin hyödykseni kollegoideni tietoutta ja heidän ammattitaitoaan. Keskustelin heidän kanssaan siitä, millaiset asiat he kokevat myymisessä haastavina. Olin mukana myös kahdessa asiakastapaamisessa. Niiden yhteydessä sain seurata läheltä, miten asiakastapaaminen hoidetaan, kun tapaaminen on varattu säästämisen suunnittelua varten. Tein myös itse kuukausirahastosäästösopimuksen asiakkaalle yhteistyössä kollegani kanssa.

Pankkitoimihenkilöille tehdyn kyselyn tarkoituksena oli saada selville heidän halukkuutensa ja motivaationsa myydä asiakkaalle tuotetta. Samalla

oli myös tarkoitus kartoittaa heidän tietämyksensä rahastoista ja kuukausisäästösopimuksista. Itselleni rahastot olivat jo ennestään tuttuja, mutta kuukausirahastosäästösopimusten myyminen asiakkaalle oli uusi asia.

1.2 Opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, miten kuluttajalle myydään rahastokuukausisäästösopimus. Tarkoituksena oli selvittää, mistä vähäinen myynti johtui ja voisiko myyntiä lisätä yksinkertaisilla keinoilla, jotta jokainen palveluneuvoja ja henkilökohtainen pankkineuvoja pääsisi tavoitteeseensa. Tutkimusentekohetkellä toimihenkilöt eivät myyneet rahastokuukausisäästösopimuksia tavoitteiden mukaisesti. Jokaiselle pankkitoimihenkilölle oli asetettu myyntitavoitteet ja näitä tavoitteita saavutettiin harvoin. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miksi myynti on vähäistä ja miten se saadaan nousemaan.

Opinnäytetyön tarkoituksena on myös selvittää paras myyntitapa, jolla asiakas saadaan uskomaan säästäjän rahaston tuottavuuteen. Onko löydettävissä paras mahdollinen myyntitapa, jota jokainen toimihenkilö voisi soveltaa asiakaskohtaamisissaan? Tarkoituksena on kehittää myyntiprosessi, jota jokainen voi soveltaa oman osaamisen ja tietämyksen pohjalta niin, että saa siitä itse mahdollisimman suuren hyödyn.

Jokainen pankki tarjoaa erilaisia säästäjän rahastoja ja tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, miten asiakkaalle myydään tämän kyseisen yrityksen säästäjän rahasto. Miksi tämän pankin rahastokuukausisäästösopimus on parempi kuin toisen pankin ja mitä etua asiakkaalle on pankin asiakkuudesta.

Asiakas on saatava havahtumaan ja miettimään omaa varallisuuttaan ja tulevaisuuttaan sekä sitä, minkälaista elämää hän toivoisi joskus elävänsä. Monesti asiakas ajattelee, ettei hänellä ole varaa säästää. Tässä vaiheessa on hyvä muistuttaa asiakasta, että pienillä summilla kuukaudessa on suuret vaikutukset myöhemmin elämässä, esimerkiksi eläkepäivillä.

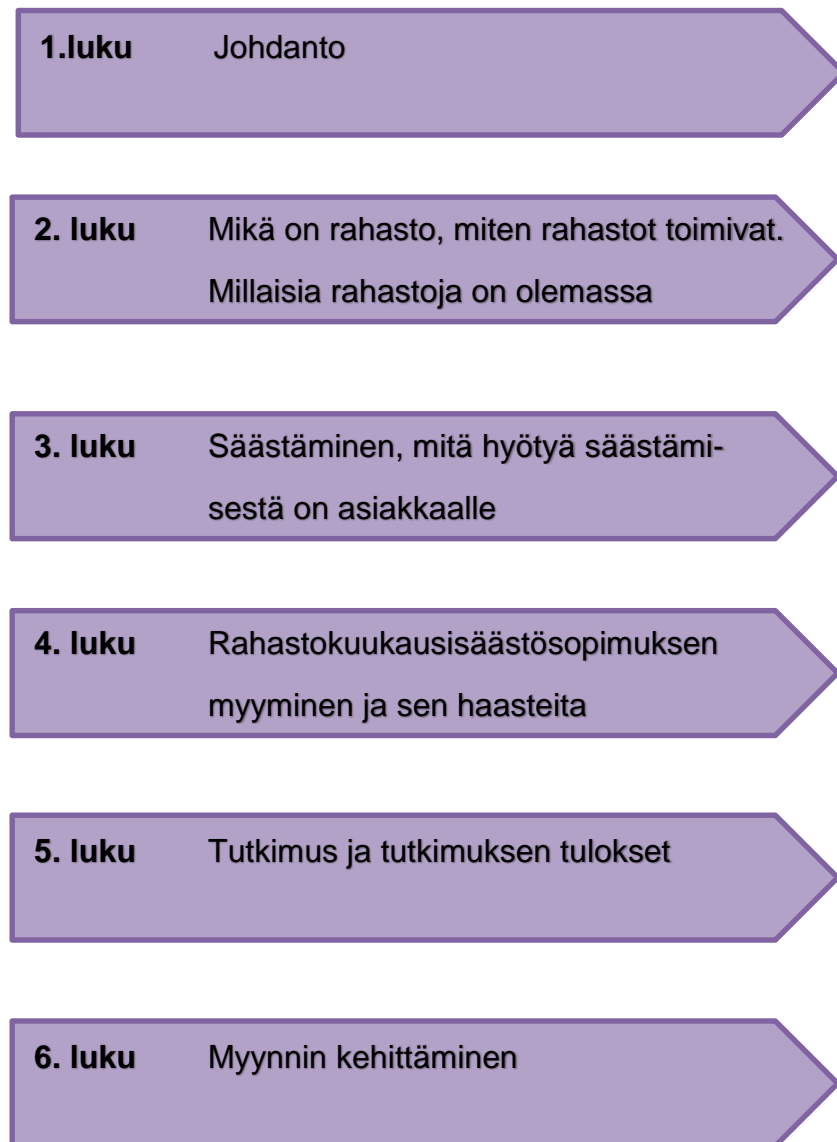
1.3 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusta suunnitellessani pohdin, minkälainen tieto auttaisi minua pääsemään parempiin myyntituloksiin. Mietin, miten pidemmän työhistorian omaavat kollegani voisivat auttaa uusia työntekijöitä saavuttamaan tavoitteensa.

Ensin mietin sellaisia kysymyksiä, joihin itse haluan vastauksen ja jotka auttaisivat minua saamaan parempaa tulosta. Seuraavaksi lähdin tutkimaan Sijoitusopas-työkalua, jolla teemme asiakkaalle rahastokuukausisäästösuunnitelman ja pohdimme, millainen sijoittaja asiakas on. Sijoitusoppaasta halusin kyselyssä saada selville, löytyisikö mahdollisesti sieltä puutteita, jotka hidastavat myyntiä. Samalla pyysin vastaajilta vapaasti heidän mielipiteitä sijoitusoppaasta, ja onko heillä siihen kehittämisideoita.

Mahdollisista ongelmakohtista, jotka liittyvät myyntiin, halusin saada kollegoideni mielipiteen, koska he ovat tehneet pidempään töitä alalla ja heidän tiedoistaan on paljon hyötyä uusille työntekijöille. Tarkoitukseni oli selvittää, onko myynnin vähyys oman tiedon, osaamisen tai motivaation puutetta. Oli myös tutkittava, onko ongelma jossain muualla kuten esimerkiksi työkalussa, jota käytämme kuukausisäästösopimuksien tekemiseen. Erityisen tärkeää oli löytää tietoa siitä, miten saamme myynnit nousemaan.

Tutkimus suoritettiin Webropol-ohjelmalla. Kysely lähetettiin ennalta määritellyille palveluneuvojille ja henkilökohtaisille pankkineuvojille. Tein tutkimuksen Webropol-kyselynä, koska sen avulla sain paljon vastauksia pienessä ajassa esimerkiksi haastatteluun verrattuna. Kyselyssä oli mielipidekysymyksiä sekä kohtia, joihin vastaajat pystyivät vastaamaan vapaasti kirjoittaen. Monet vastaavat rehellisemmin kyselyihin, kun saavat vastata rauhassa anonyymina. Tällöin vastausta ei voida yhdistää vastaajaan ja se vapauttaa kertomaan oman mielipiteen herkemmin kuin haastattelutilanteessa.



KUVIO 1. Opinnäytetyön rakenne.

2 MIKÄ ON RAHASTO?

Rahasto on rahastosalkku, jossa on osakkeita, pitkiä ja lyhyitä korkoja sekä muita arvopapereita. Näitä rahastosalkkuja omistavat niin yksityiset henkilöt, yritykset kuin erilaiset yhteisötkin. Rahastosta omistetaan osuuksia ja yhden osuuden arvo vaihtelee kurssien mukaan. Sijoitusrahaston periaate on yksinkertaisimmillaan se, että salkunomistajien eli säästäjien varat kerätään yhteen ja ne sijoitetaan erilaisiin arvopapereihin. Rahasto jakautuu pieniin osuuksiin ja osuuksien arvo on sama. Se, kuinka paljon yksittäinen sijoittaja omistaa, riippuu siitä, kuinka paljon hän on sijoittanut eli kuinka monta yksittäistä osuutta hän omistaa. (Puttonen & Repo 2011, 30.)

Rahastoja on paljon erilaisia, yleisimmät niistä ovat lyhyen ja pitkän koron rahastot, yhdistelmärahasto ja osakerahasto. Lyhyen koron rahastot ovat niin sanottuja rahamarkkinarahastoja, jolloin rahastot sijoitetaan rahamarkkinainstrumentteihin. Tuotto-osuus samoin kuin riskikin on alhaisempi, koska korot ovat lyhyelle aikavälille. Pitkän koron rahastot sijoittavat pitkäaikaisiin joukkovelkakirjoihin. Tällöin sijoitusaika on pidempi ja tuotot ovat sidoksissa yleiseen korkotasoon maailmalla. Pitkän koron tuotto-odotus on parempi kuin lyhyen koron tuotto-odotus, koska sijoitusaika on pidempi. Osakerahastoissa sijoitetaan osakemarkkinoille, kuten nimen perusteella voimme päätellä. Osakesijoittaminen on riskialttiimpaa kuin korkosijoittaminen, mutta samalla osakesijoittamisessa on paremmat tuotto-odotukset kuin korkosijoittamisessa. Yhdistelmärahasto sisältää niin osakkeita kuin lyhyitä ja pitkiä korkoja. (Nikkinen, Rothovius & Sahlström 2002, 19.)

Rahastosäästämisen ero osakesijoittamiseen on se, että rahastoissa varat ovat hajautettu korkoihin ja osakkeisiin suhteutettuna siihen, kuinka tuottohakuinen asiakas on. Osakesijoittamisessa asiakas ostaa yhden yrityksen osakkeita, jolloin kaikki varat ovat yhden yrityksen varassa. Näin ollen myös riski kasvaa. (Nordea 2016.)

Kun rahastoihin tehdään merkintöjä eli ostetaan osuuksia, pankki ottaa merkintäpalkkion. Lunastuksesta asiakas maksaa lunastuspalkkion, kun

hän haluaa myydä osuuksia. Merkintä- ja lunastuspalkkio on palvelumaksu rahastojen hoitamisesta. Rahastojen kaupankäyntikulut syntyvät siitä, kun osuuksia ostetaan ja myydään. Näiden palkkioiden merkitys on ajan mittaa pienentynyt, koska pankit tarjoavat varsinkin uusille rahastoasiakkaille tarjouksia ja merkintöjä ilman kuluja. Nämä kulut ovat tarkoitettu rahaston kulojen hoitamiseen. (Erola 2009, 34.)

2.1 Rahastosäästäminen

Rahastosijoittaminen ja -säästäminen on Suomessa suhteellisen uutta, ensimmäiset rahastot ovat tulleet markkinoille vuonna 1987. Rahastoihin liittyy paljon harhaluuloja ja vääriä uskomuksia. Ennen kuin markkinat voivat kehittyä entisestään, on päästävä näistä ennakkoluuloista tai niiden on vähintäänkin pienennyttävä. Ensimmäisenä esiin tulee se, että rahastoja verrataan liikaa osakesijoittamiseen. Tämä mielikuva sijoittajille tulee siitä, että ensimmäiset rahastot vuonna 1987 ovat olleet osakerahastoja. Toisena harhaluulona on se, että osakesijoitusten odotetaan tuottavan voittoa paljon lyhyessä ajassa. Kolmanneksi virheeksi on luokiteltu se, että suurin osa varallisuudesta pidetään pankkitilillä, jossa ei ole korkoa tai korko on pieni. Varallisuudesta sijoitetaan vain muutama prosentti ja näihin pieniin sijoituksiin kohdistuu paljon suuria odotuksia. Kun odotukset eivät täyty, sijoitukset vedetään pois. Viimeisenä virheenä on luokiteltu sijoittajien sijoittaminen sellaisiin rahastoihin, jotka ovat kehittyneet hyvin lyhyellä aikavälillä. Vaikka kurssit ovat nousseet nopeasti, se ei tarkoita sitä, että ne jatkavat nousemista. Samoin kurssien laskukaan ei tarkoita sitä, että kurssit laskisivat jatkossakin. Kurssit voivat vaihdella lyhyelläkin aikavälillä nopeasti. Yhtiöiden kurssitaso jakautuu aina niiden tuloskehityksen mukaan. (Puttonen & Repo 2011, 39, 40.)

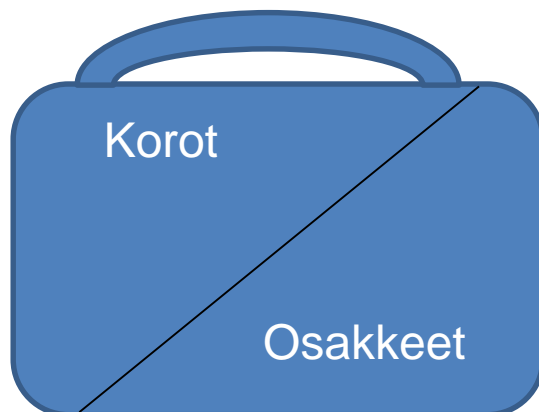
Rahastosäästäminen on vaivaton ja huoleton ratkaisu niin kokeneelle kuin aloittelevalle säästäjälle, joka haluaa parempaa tuottoa omille varoilleen. Rahasto on rahastosalkku, jossa on hajautettu osakerahastot ja korkorahastot siinä suhteessa, kuinka asiakas haluaa riskinsä pysyvän. Rahas-

tossa osakkeet ja korot eivät ole vain yhden yrityksen, vaan ne on hajautettu eri kohteiden, maiden ja yhtiöiden välillä, niin että ne pysyvät omien tuotto-odotusten ja riskinoton rajoissa. Osakkeiden ja korkojen hajautuksen takia rahastot ovat hyvä säästö- ja sijoituskohte. (Nordea 2016.)

Säästäjän rahastot jaetaan neljään eri kategoriaan niiden riskin mukaan. Riski määräytyy osakkeiden määrän mukaan. Mitä suurempi osakkeiden määrä rahastossa on, sitä suurempi riski. Suuremmalla riskillä voidaan saada parempaa tuottoa. (Nordea 2016.)

2.2 Millaisia rahastoja on olemassa

Tutkimukseen kohdistuvan pankin asiakkaille on tarjolla neljä erilaista yhdistelmärahastoa. Rahastojen ero syntyy osakeosuuksien suuruudesta. Osakeosuuksien määrästä syntyy myös riskin suuruus. Enemmän osakkeita on yhtä kuin suurempi riski. Rahaston nimen perässä oleva numero kertoo, kuinka paljon rahastossa on osakeosuuksia. Säästö 10, 25, 50 ja 75 ovat kaikki yhdistelmärahastoja. (Nordea 2016.)



KUVIO 2. Osakesalkku.

Rahasto 10	-	Varovainen
Rahasto 25	-	Maltillinen
Rahasto 50	-	Tasapainoinen
Rahasto 75	-	Erittäin tuottohakuinen

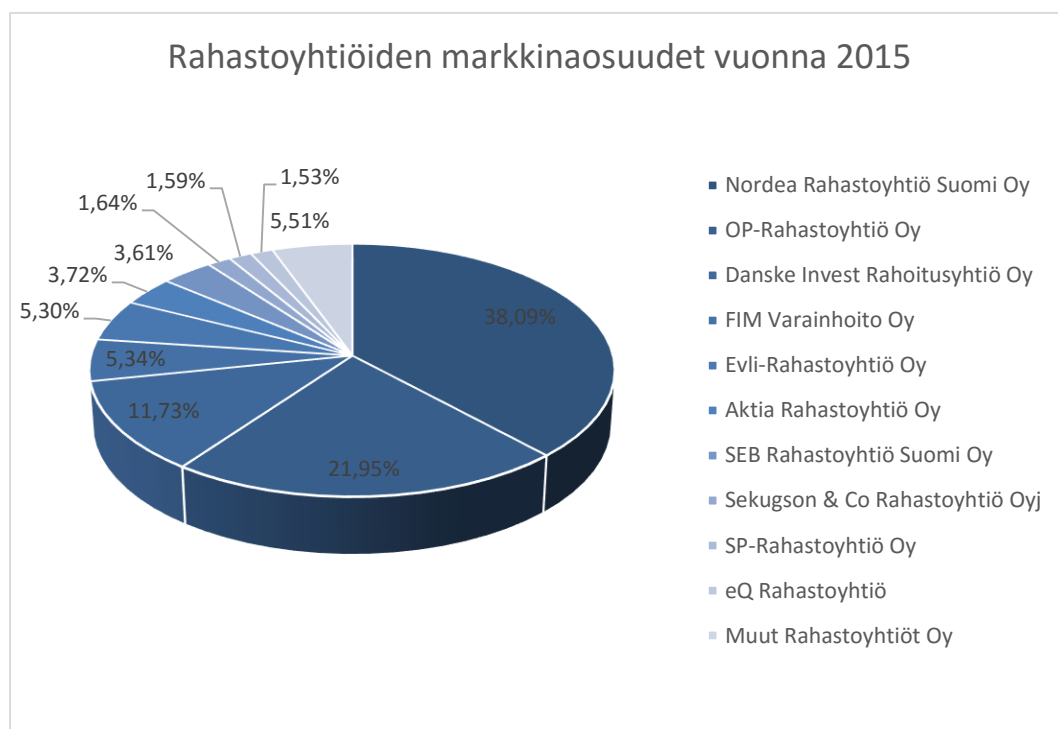
Edellä mainituista rahastoista Säästö 10 ja Säästö 25 ovat korkopainotteisia rahastoja, joissa riski on pieni, mutta samalla tuotto-odotus jää pieneksi. Rahastoista Säästö 50 on rahasto, jossa on puolet korkorahastoa ja puolet osakerahastoa. Säästö 75 on osakepainotteinen rahasto, jossa riski on paljon suurempi kuin muissa rahastoissa, mutta tuotto-odotus on muita huomattavasti parempi. (Nordea 2016.)

Asiakkaalle on tarjolla myös selkeästi korkopainotteinen Säästö korkorahasto, joka perustuu pelkkien korkomarkkinoiden kehitykseen. Korkomarkkinoilla ei ole niin suuria muutoksia kuin osakemarkkinoilla. Jos sijoittaja myy rahasto-osuuksia korkojen noustessa, oletettu tuotto saattaa jäädä pienemmäksi, kuin on odotettu tai jopa tappiolliseksi. Tuoton aleneminen johtuu siitä, että rahastosalkussa olevien joukkolainojen tai rahamarkkinasijoitusten markkina-arvo laskee, ja samalla laskee rahasto-osuuden arvo. (Nordea 2016.)

Suurempaa tuottoa tavoittelevalle asiakkaalle on tarjolla osakesalkku, joka nimensä mukaan koostuu pelkistä osakkeista. Osakkeet ovat hajautettu eri yhtiöihin ja osakkeisiin, mikä samalla pienentää asiakkaan riskiä. Jos kaikki osakkeet olisivat saman yhtiön osakkeita, silloin riski olisi paljon suurempi. (Nordea 2016.)

Verotuksessa rahastojen tuottoa katsotaan pääomatulona, josta verotetaan pääomavero, joka on kolmekymmentä prosenttia. Vuonna 2016 tulleen muutoksen myötä verotus nousee kolmeenkymmeneenkolmeen prosenttiin. Verot maksetaan tuotto-osuudesta, joka on lunastettu. (Verohallinto 2016.)

Alla olevasta kaaviosta nähdään Suomen rahastoyhtiöiden markkinaosuudet vuodelta 2015. Nordean rahastot ovat selvästi suosituimpia verrattuna muihin rahastoyhtiöihin Suomessa. Suurimmat pankit Nordea, Osuuspankki ja Danske Bank vievät huomattavan markkinaosuuden Suomen markkinoilla, näiden markkinaosuus on yhteensä yli seitsemänkymmentä prosenttia.



KUVIO 3. Rahastoyhtiöiden markkinaosuudet. (Finanssivalvonta 2016.)

2.3 Rahastonhoitaja

Rahastonhoitaja eli salkunhoitaja on henkilö, joka vastaa rahastoihin sijoitetuista rahoista. Salkunhoitaja hoitaa asiakkaan sijoituksia hänen puolestaan. Salkunhoitaja on ikään kuin rahaston toimitusjohtaja, jonka tehtävä on pitää huoli siitä, että sijoittajien varat on sijoitettu hyvin ja kaukonäköisesti ja rahaston sääntöjen mukaisesti. Salkunhoitajan vastuulla on eritoten, että asiakkaiden rahat ovat hyvissä käsissä ja että heidän varojaan hoidetaan asiakkaiden asianmukaisesti ja heidän edunmukaisesti. (Käenmäki 2015.)

Rahastosalkusta myydään ja ostetaan osuuksia päivittäin niiden tuottavuuden mukaan. Salkunhoitaja seuraa markkinoiden vaihtelua, joka tekee rahasto-säästämisen säästäjälle helpoksi ratkaisuksi. Säästäjän ei itse tarvitse huolehtia varoistaan, vaan jättää vastuun rahastonhoitajalle. Markkinatilanteiden vuoksi yhtiöiden arvot nousevat ja laskevat, ja näiden markkinatilanteiden mukaan rahastonhoitaja myy ja ostaa osakkeita ja korkoja. (säästäjän rahastot, 2016.)

”Ammattimainen salkunhoito, kokeneen salkunhoitajan asiantuntemus ja suuren rahaston tuoma volyymietu ovat juuri se yhdistelmä, jossa piilee koko aktiivisen rahastosi-jottamisen ydin” Laxenius

Markkinat muuttuvat useita kertoja päivittäin. Tämän vuoksi salkunhoitaja seuraa sijoituksia jatkuvasti, jotta hän osaa noteerata, jos hänen pitää ostaa tai myydä osuuksia. Salkunhoitajan on myös osattava ennakoida ajassa eteenpäin. Jokaisella salkunhoitajalla on apunaan tiimi, jossa on jokaisen sijoittamisen erikoisalan asiantuntija. Tiimi koostuu niin korko- kuin osakemarkkinoidenkin ja eri maanosien asiantuntijoista. Salkunhoitaja tekevät lopulliset päätökset ostoista ja myynneistä, hänen tiimensä neuvoilla ja heidän osaamisensa perusteella.

Salkunhoitaja on ratkaisevassa asemassa etenkin silloin, kun sijoittaja haluaa tehdä noston rahastosta, jonne hänen rahojansa on sijoitettu. Rahat ovat kiinni sijoituksissa. Salkuissa saattaa olla pieni määrä käteisvaroja siltä varalta, että sijoittavat haluavat tehdä nostoja. Kun käteisvaroja ei ole tarpeeksi, salkunhoitajan tehtävänä on myydä rahaston sijoituksia. (Ajassa.nordea 2016.)

3 SÄÄSTÄMISEN HYÖDYT

Säästäminen on aina hyödyllistä ja tarkoittaa yksinkertaisuudessaan sitä, että rahaa jää tilille käytön jälkeen. Tulot ovat menoja suuremmat. Säästämiseen kannattaa aina avata oma tilinsä, koska käyttötilille säästäjä on enemmänkin hyvän tekijä pankille kuin säästäjä itselleen. Jokainen euro käyttötilillä menettää arvoaan inflaation mukana. Käyttötili olisi säästämisessä helppo ratkaisu, koska siitä ei mene mitään palvelumaksuja ja jokaisella työssäkäyvällä sellainen pitää olla. Suomessa kaikki rahaliikenne, palkat mukaan lukien kulkevat pankkitilien kautta. (Hämäläinen, 2005, 15, 16.)

Säästämisessä tärkein asia on muistaa se, että jokainen säästää vain itseään ja omaa tulevaisuutta varten, samalla luoden turvaa omaan talouteen. Mitä nuorempana säästämisen aloittaa, oma varallisuus on tulevaisuudessa suurempi ja mahdollisuudet kasvavat. Jokaisen pitäisi miettiä millaisia tulevaisuuden suunnitelmia ja haaveita itsellään on, koska jokaisen tavoitteet ja unelmat ovat erilaisia. Nuorena aloitettu säästäminen helpottaa myöhemmin esimerkiksi asuntolainan saamista tai muita mahdollisia lainojen ja luottojen myöntämistä. Nykypäivänä asuntolainan myöntämiselle ehtona on oma alkupääoma. Enää ei välttämättä riitä, että lainalla on takaaaja, vaan omaa varallisuutta vaaditaan. Asiakkaat pitäisi saada ajattelemaan omaa tulevaisuuttaan tästä hetkestä eläkeikään asti. Harvalla on nuorena ajatusta, mitä he haluavat tehdä, kun eläkeikä lähenee. Jokaisella on kuitenkin omia unelmia ja haaveita, joita haluaa tavoitella elämänsä aikana. Harva kuitenkaan ajattelee, ettei säästämisessä ole järkeä. (Kokko, 2015.)

Olemassa olevat säästöt ovat iso hyöty myös silloin, jos tulotaso heikkenee. Yleisempiä syitä hetkelliseen talouden heikkenemiseen voivat olla esimerkiksi työttömyys, sairastuminen tai perheenisäys. Perheenisäyksen vuoksi toinen vanhempi yleisemmin jää vanhempainvapaalle ennen kuin lapsi aloittaa päivähoidon. Tämä vaikuttaa perheen tulotasoon. Olemassa

olevat säästöt helpottavat perheiden taloudellista tilannetta ja vanhemmat voivat huolettomammin keskittyä arkeen lapsien kanssa.

Asiakaskohtaamisessa pankin toimihenkilö näkee asiakkaan taloudellisen tilanteen, joka hänellä on kyseisessä pankissa. Pankilla on velvoite tuntee asiakkaansa ja tähän liittyen asiakkaalta kysytään hänen taloudellista tilannetta ja varallisuutta. Perustietoja täyttäessä pankin toimihenkilö saa tietoonsa, kuinka asiakas hoitaa omaa talouttaan. Jos asiakkaalla ei ole säästöjä, niin silloin tulisi ensimmäisenä tehdä asiakkaalle säästämisen suunnitelma ja sen avulla saada asiakas ymmärtämään miksi säästäminen on tärkeää. Säästämisen tärkeyden huomaa yleensä siinä vaiheessa, kun yllättäviä menoja tulee omalle kohdalle ja esimerkiksi kodinkone hajoaa.

Sijoitusopas on työkalu, jota käytetään, kun asiakkaalle tehdään sijoitus-suunnitelma tai rahastokuukausisäästösopimus. Sijoitusopasta tehdessä käydään keskustelua asiakkaan kanssa hänen varallisuudesta, millaisia tuotto-odotuksia hänellä on ja millaisia riskejä asiakas on valmis ottamaan. (Nordea 2016.)

3.1 Säästämisen aloittaminen

Asiakkaalle tulisi luoda ajatus siitä, että hänellä olisi hyvä olla enemmän kuin yksi oma kassa, tili eli paikka, jossa hänen varat konkreettisesti ovat. Yleensä tämä on käyttötili. Säästäminen kannattaa aloittaa heti, jos säästämisen aloittamista siirtää eteenpäin, se helposti unohtuu ja jää aloittamatta. (Kokko, 2015.)

Rahastosäästäminen on helppoa ja rahastokuukausisäästäjäksi pääsee jo muutamalla kympillä kuukaudessa. Jokaisella tulisi olla oma varallisuus jaettuna ainakin kolmessa eri paikassa, Yksi on käyttötili eli se, jota käytetään jokapäiväiseen elämiseen ja jota asiakas pääsääntöisesti käyttää. Käyttötilille tulee palkka tai muu rahälähde, josta maksetaan kuukausittaiset menot kuten vuokra, lainat, laskut ja muu eläminen. Toinen tarpeellinen tili on varallisuuden kasvattamiseen tarkoitettu säästämisen tili tai ra-

hasto. Tämä tulisi olla äkillisiä menoja varten esimerkiksi, jos isompi kodinkone hajoaa yllättäen ja uusi on saatava. Asiakkaan kannalta on edullisempaa maksaa omista säästöistä kuin ottaa tätä varten lainaa, josta maksetaan vielä lainan kuluja ja korkoja. Säästötili voi olla myös matkustamista varten. Kun varat eivät ole käyttötilillä, niitä ei tule niin helposti käytettyä. Kolmas paikka, jonne varallisuus tulisi jakaa, on pitkäaikaiseen, eläkeikään tarkoitettuun säästämiseen. Tällä tavalla turvataan oma eläkeikä. (Kokko, 2015.)

Rahastosäästäminen varallisuuden kasvattamiseen ja eläkepäiviä varten tarkoitetut säästöihin on helppo ja vaivaton vaihtoehto. Samalla kun asiakas säästää omista tuloista, hän myös kasvattaa omaa varallisuuttaan rahastojen avulla.



KUVA 4. Varallisuuden hajauttaminen. (Ajassa.nordea 2015.)

Mitä aikaisemmin säästämisen aloittaa, sitä paremmat hyödyt siitä saa. Hyödyt kasvavat ajan kanssa ja säästämisen hyödyt ovat suhteutettu säästöaikaan. Säästämisen aloittaminen vaatii itsekuria. Aloittelevan sääs-

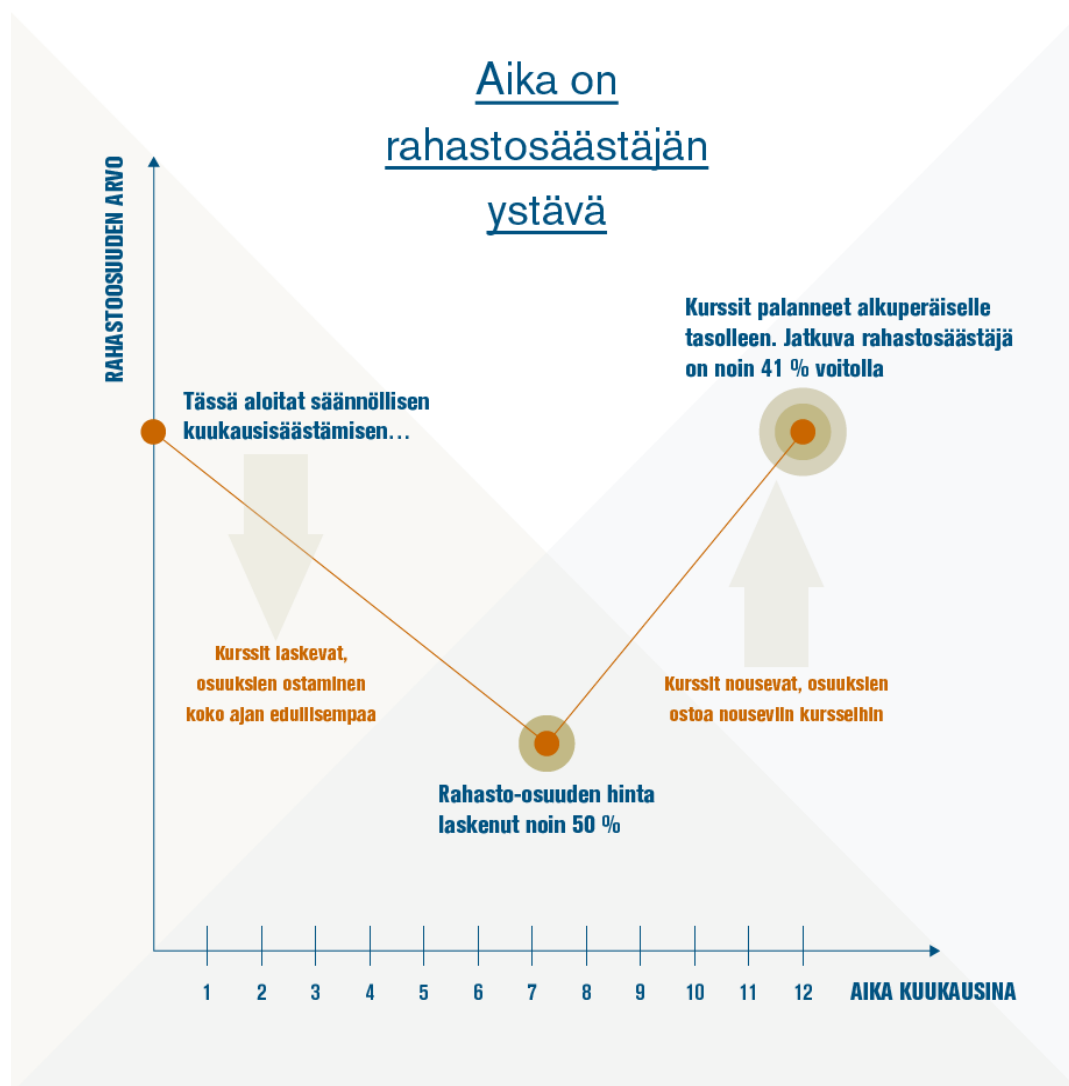
täjän kannattaa omaksua itselleen säästämisen aloitus niin, että hän vähentää säästettävän osuuden heti tulojen jälkeen eikä vasta menojen jälkeen. Säästettävä summa olisi niin ikään pakollinen meno joka lähtee muiden laskujen kanssa suoraan tililtä. Muutaman kuukauden päästä ajatukseseen on jo tottunut ja säästettävä summa lähtee tililtä huomaamatta. (Ajassa.nordea 2016.)

Jokaisen asiakkaan kanssa tehdään sijoitus- ja säästämissuunnitelma sijoitusoppaalla. Asiakkaan kanssa käydään hänen taloudellinen tilanteensa läpi ja tärkeimpänä se, kuinka paljon hän pystyy säästämään kuukaudessa. Samalla sijoitusopasta tehdessä keskustellaan asiakkaan kanssa, millaista tuottoa hän odottaa ja millaisen riskin hän on valmis ottamaan. Tuotto on aina verrattavissa riskiin. Ne kulkevat käsi kädessä.

3.2 Miksi säästäminen kannattaa?

Oletetaan, että asiakas päättää sijoittaa 100 euroa kuukaudessa rahastoon ja hän on tehnyt sijoitusoppaan avulla päätöksen säästämisen aloittamisesta Säästö 50-yhdistelmärahastoon, jossa on viisikymmentä prosenttia korko-osuuksia ja viisikymmentä prosenttia osakeosuuksia. Säästö 50-yhdistelmärahasto sopii pitkäaikaiseen säästämiseen ja on kohtuullinen riski- ja tuotto-odotusten suhteen. Asiakas on päättänyt aloittaa säästämisen vuoden alusta, heti tammikuussa. Vuoden aikana asiakas sijoittaa joka kuukausi sata euroa yhteensä kaksitoista kertaa, mikä tekee yhteensä 1200 euroa. Vuoden aikana salkunhoitaja on seurannut markkinoita tiiminsä kanssa päivittäin. Joka kuukausi asiakkaan sata euroa päätyy Säästö 50-rahastoon kuten monen muunkin asiakkaan. Kaikkien sijoittajien rahat muodostavat yhdessä rahaston, jonka arvo on yhteensä yli 800 miljoonaa euroa. Yhdessä rahastossa on monta sijoittajaa. Salkunhoitaja pitää huolen siitä, että sijoittajien rahat ovat hyvässä sijoituskohteessa ja muuttavat kohteita tarpeiden mukaan. Vuoden lopussa asiakas on sijoittanut yhteensä 1200 euroa, mutta hänen rahastonsa arvo on yhteensä 1225 euroa. Asiakkaalle on kertynyt tuottoa kaksikymmentäviisi euroa. Jos asiakas olisi pitänyt rahat koko ajan tavallisella käyttötilillä, hänelle ei olisi

tullut tuottoa yhtään, koska käyttötileillä ei ole tällä hetkellä minkäänlaista korkoa, maailman huonon markkinatilanteen vuoksi. (Ajassa.nordea 2016.)



KUVA 5. Rahaston arvon jakauma. (Ajassa.nordea 2016.)

Rahastosäästämisessä aika on kultaa. Säännöllisen säästämisen aloittaminen ei sovi heikkohermoisille, koska markkinat heilahtelevat ylös ja alas. Samalla myös rahaston arvo heilahtelee. Kuten yllä olevasta kaaviostakin voidaan nähdä, kuukausisäästämisen aloittamisen aikaan kurssit laskevat.

Samalla osuuksien ostaminen on edullisempaa. Asiakkaan kannattaa ajatella alhaisia kursseja kuin alennusmyyntejä. Samalla rahalla hän saa enemmän osuuksia ja kun kurssit lähtevät nousuun, nousee samalla rahaston arvo. Kurssit nousevat joko lähtötasolle tai korkeammalle. Tässä kohtaa säästäjä saa hakemansa voiton ja hyödyn.

4 MYYNIN HAASTEET

Kun asiakas tulee pankkiin, hänellä on tarve uudelle palvelulle tai ongelma, johon hän haluaa ratkaisun. Asiakas ei välttämättä ole tullut pankkiin tekemään säästösuunnitelmaa. Asiakas tulee pankkiin harvoin siksi, että aloittaisi säästämisen. Lisämyynti on tärkeä tapa hoitaa asiakkaan asioita ja myydä hänelle palveluita, joita hän ei ajatellut tarvitsevänsä.

Säästämisestä tulee asiakkaalle helposti ajatus, ettei hänellä ole varaa säästää, mikä tutkimuksessakin esitettiin yhdeksi ongelmaksi. Säästämisen voi aloittaa pienellä summalla kuukaudessa, jolloin se ei vie isoa osaa kuukausituloista. Asiakkaalle tehdään säästämisen suunnitelma, jossa karotetaan asiakkaan tilanne yhdessä asiakkaan kanssa ja selvitetään, onko hän enemmän tuottohakuinen säästäjä vai haluaako hän vain säästää omista varoistaan eikä hae säästöilleen tuottoa.

4.1 Myyntiprosessi

Myynti ei ole tekniikka- vaan taitolaji, josta voi oppia perusasiat, mutta hyvällä myyjällä taito myymiseen tulee omasta takaa. Myyntitekniikoita voi hioa ja opetella paremmiksi kokemuksen karttuessa. Pahimmassa tapauksessa myyntitapahtumaa voi ajatella näytelmänä, jossa myyjälle on annettu vuorosanat, joita hän noudattaa, hänelle on kerrottu myyntilauseita, mutta ei välttämättä itsekkään ole sisäistänyt asiaa, vaan kertoo asiat niin kuin on ne paperista lukenut. Asiakas ei vastaa niin kuin myyjä toivoisi hänen vastaavan, ja myyjä huomaa hetken kuluttua, että asiakas ei ole samassa näytelmässä. Näin ollen asiakkaalla ei ole mitään käsitystä, mistä myyjä puhuu ja myyntiä ei saada aikaiseksi. Myyjän on osattava kertoa asia niin, että asiakas ymmärtää, ja hän voi kiinnostua tuotteesta. (Rope 2004, 145.)

Asiakkaan kanssa keskustellaan, millainen säästäjä hän on, ja haluaisi olla sekä kuinka hän haluaa säästää. Lisäksi selvitetään, haluaako asiakas säästää pienellä vai suuremmalla riskillä. Tuotto-odotus on aina sidottuna riskiin.

Pienillä, yksinkertaisilla kysymyksillä saadaan asiakas heräämään siihen todellisuuteen, mitä tehdä, jos jotain yllättävää tapahtuu. Miten toteuttaa omia unelmia ja esimerkiksi matkustella tai saada asuntolainaa? Lainan saanti on helpompaa, kun on pääomaa ennestään.

Mistä keskustella asiakkaan kanssa?

- Mitä hän tekee, jos elämäntilanteeseen tulee yllättävä muutos?
- Miten hän suhtautuu säästämiseen?
- Haluaako hän matkustella? Miten rahoittaa matkustaminen?
- Mikä on hänellä maksimisumma, jonka hän voisi kuukaudessa laittaa säästöön?
- Onko hänellä kenties säästöjä muissa rahalaitoksissa?

Sijoitussuunnitelmaa tehdessä asiakas mainitsee yleensä huonoista ko-roista, jolloin häneltä tulisi kysyä, millaista tuottoa hän sijoituksiltaan odottaa. Ensimmäisenä asiakas haluaa maksimaalista tuottoa, jolloin hänelle kerrotaan, että silloin myös riskit ovat suurimmat. Asiakas yleisemmin peruu sanansa ja ei halua minkäänlaista riskiä varoilleen. Tässä vaiheessa asiakkaalle on hyvä piirtää tuotto-/riskijana.

Asiakkaalle tulee esittää asiat osaavasti, luotettavasti ja ammattimaisesti. Lisämyyntiä ei koskaan voi saavuttaa, jos sitä ei edes yritä. Oleellisinta on, että asiakkaan ongelma ja tarve ratkaistaan ja samalla saadaan kehitettyä tarve säästämisestä. Keskiwertomyyjä ei viitsi luoda asiakkaaseen luottamuksellista suhdetta ja panostaa lisämyyntiin. (Aalto & Rubanovitsch 2007, 37.)

4.1.1 Neuvontapalvelussa ajanvarauksella

Henkilökohtaiset pankkineuvojat työskentelevät vain ajanvaraksessa, mutta myös osa palveluneuvojista tapaa asiakkaita ajanvarauksessa. Ajanvarauksella konttoriin tuleva asiakas on joko itse varannut ajan, tai hänelle on pankista virkailijan varaama aika. Virkailija on tällöin kokenut asi-

akkaan asian olevan siinä määrin pidempi, että se on helpompi hoitaa rauhassa asiakkaan kanssa. Esimerkiksi sijoitus- ja säästösuunnitelman tekeminen on parempi tehdä ajanvarauksessa, koska tällöin voidaan rauhassa keskustella asiakkaan kanssa ja asiakkaallakin on pienempi kynnys kysyä kysymyksiä.

Ajanvarauksessa virkailija tietää, miksi asiakas on tullut pankkiin ja tällöin hänellä on mahdollisuus valmistautua tapaamiseen. Valmistautuminen antaa aikaa suunnitella tapaamisen kulkua, tutkia asiakkaan taustoja ja tehdä pientä kartoitusta, millaisia palveluita asiakas voisi tarvita.

Ajanvarauksessa asiakkaalle on varattu aikaa yleensä tunti, joka mahdollistaa laajemman palveluneuvottelun. Myyjällä on ajalliset puitteet kuunnella asiakasta tarkasti ja tarjota hänelle uusia palveluita ja tuotteita. Esimerkiksi, jos asiakkaalla on etutili käytössä säästämistä varten, on hyvä aloittaa säästämisen keskustelu ja tehdä sijoitussuunnitelma keskustelun yhteydessä. Olemme jo huomanneet, että asiakasta kiinnostaa säästäminen ja näin tuomme säästämiseen uuden tavan, joka on hieman tuottoisampi kuin etutili, jossa on pieni korko. Tämän hetkinen korko etutilillä asiakkuusohjelmasta riippumatta on 0,1%. (Nordea 2016.)

4.1.2 Neuvontapalvelussa ilman ajanvarausta

Ilman ajanvarausta pankkiin tulevalla asiakkaalla on yleensä jokin tarve uudelle palvelulle tai ongelma nykyisen palvelun kanssa, johon hän haluaa ratkaisun. Hän haluaa esimerkiksi avata verkkopankin itselleen. Hänellä voi olla myös jonkinlainen ongelma, johon hän haluaa apua. Tällaisia voivat olla esimerkiksi erilaiset tilitapahtumien selvittelyt. Asiakkaalta on voinut mennä maksuja, joita hän ei muista. Häneltä on voinut kadota pankkikortti, joka pitää sulkea ja samalla tilata hänelle uusi kortti. Tässä samalla virkailijan tulisi aloittaa keskustelu säästämisestä ja sen aloittamisesta, jos asiakkaalla ei ennestään ole jo säästötiliä. Virkailijan tulisi myös tarkistaa onko asiakkaalle tehty säästämisen suunnitelmaa, jos näin ei ole, niin asiakkaalle varataan aika säästämisen suunnitelmaa varten.

Suurimmaksi haasteeksi neuvontapalveluissa vuoronumerolla koetaan ehdottomasti aika asiakkaan kanssa. Asiakas on voinut ensin odottaa vuoroaan vuoronumerolla kauankin ennen kuin hän on päässyt palveltavaksi. Jos palvelutapahtuma kestää vielä toisen tunnin, asiakkaan kärsivällisyys ei välttämättä sitä kestä ja hän ei koe tätä hyvänä asiakaspalveluna.

Virkailijalla ei ole aikaa miettiä etukäteen, miten asiakastapaaminen voisi mahdollisesti mennä. Samalla kun asiakas kohdataan, hän kertoo asiansa, johon hän haluaa ratkaisun. Virkailijan on oltava koko ajan hereillä, mitä asiakas hänelle kertoo ja samalla tutkia asiakkaan tietoja ja miettiä, millaisia palveluita asiakkaalle tulisi tarjota. Asiakaskohtaamisen aikana on aina tarkistettava, onko asiakkaalla säästämisen tiliä ja onko hänelle tehty jo säästämisen suunnitelma. Jos säästämisen tiliä ei ole, säästäminen otetaan puheeksi. Samalla pyritään tekemään ajanvaraus säästämisen suunnitelmaa varten.

Ilman ajanvarausta konttorissa hoidetaan niin sanotut lyhyet päivittäiset palvelut, jotka eivät kestä tuntia. Kaikkia asioita tietenkin pyritään hoitamaan mahdollisuuksien mukaan.

Neuvontapalveluissa ilman ajanvarausta kohdataan paljon asiakkaita päivän aikana. Tämä on paras paikka huomata asiakkaat, joilla ei ole vielä rahastokuukausisäästösopimusta, tai jotka eivät säästä vielä ollenkaan. Tässä vaiheessa on paljon työntekijästä kiinni, ottaako hän säästämisen puheeksi ollenkaan vai hoitaako hän vain asian, jonka vuoksi asiakas on pankkiin tullut. Lisämyynti on tässä vaiheessa todella tärkeää.

5 TUTKIMUS

Kysely lähetettiin ennalta valituille toimihenkilöille, joiden ammattinimike oli joko palveluneuvoja tai henkilökohtainen pankkineuvoja. Tutkimukseen valittiin nämä kaksi toimihenkilöryhmää, koska heidän myyntitavoitteet ovat lähellä toisiaan. Tutkimuksen tarkoitus oli saada tietää, miksi rahastokausisäästösopimuksia ei myydä tavoitteiden mukaan. Onko ongelmana mahdollisesti liian suuret tavoitteet, vähäinen koulutus vai onko työntekijöiden motivaatiossa puutteita?

Tutkimuksen tarkoituksena oli myös selvittää työntekijöiden ajatuksia ja näkemyksiä rahastosäästösopimuksien myymisestä ja siitä, mitkä asiat he kokevat haasteellisina tai ongelmallisina myynnissä. Samalla haluttiin saada työntekijöiltä näkemystä heidän omasta tietämyksestä rahastoista ja säästämisestä. Kyselyssä työntekijät saivat kertoa vapaasti omia mielipiteitä ja kehitysehdotuksia.

Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa tutkimustulokset perustuvat määrällisiin ja numeraalisiin tuloksiin. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on olennaista, että tulokset saadaan todellisista tapahtumista. Tähän voidaan käyttää muun muassa kirjeitä, elämänkertoja ja havainnointia. Pääasia on, että tutkimukseen vastanneiden omat kokemukset pääsevät esiin. Se, miten kyselystä analysoidaan tulokset, on perusteltava mahdollisimman hyvin. Virhearviointeja vähentää tutkijan tarkka kuvaus tutkimuksen vaiheista. Vastaajan on lisäksi tärkeää ymmärtää, mitä tutkija tarkoittaa kysymyksellä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 164, 232-233.)

Kvantitatiivinen tutkimus oli tähän opinnäytetyöhön paras vaihtoehto. Tarkoituksena oli saada selville tämän hetkinen tilanne myynnin vähyydestä ja siitä, mikä toimihenkilöille tuottaa ongelmia sijoitusoppaan käytössä. Kyselyssä oli lisätty syventäviä kysymyksiä, joihin vastaaja sai kertoa vapaasti omia mielipiteitä ja kokemuksia.

Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti kertovat tutkimuksen luotettavuudesta ja pätevyydestä yhtä kuin kertovat tutkimusmenetelmän kykyyn antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Kun tutkimustuloksista voidaan todeta tutkimuksella perusteella asioita, joita tutkimuksella on haettu ja niihin on saatu yhdenmukaisia vastauksia, voimme todeta, että tutkimus on validi. (Virtuaaliammattikorkeakoulu 2016.)

Tutkimuksen perusteella voidaan todentaa asioita, jotka ovat puutteellisia ja missä työnantajalla ja toimihenkilöillä on parannettavaa myyntitulosten nostamiseksi. Tutkimuksen tulokset voidaan luokitella niiden olevan luotettavia, koska yli kuusikymmentä prosenttia toimihenkilöä vastasi kyselyyn ja heiltä kaikilta saatiin samankaltaisia vastauksia ongelmakohdista ja kehitysideoita. Vastajat vastasivat kyselyyn anonyymia, joka mahdollisti jokaisen antavan oman rehellisen näkemyksen tutkimuksen kohteesta. Vastajat ovat ennalta valittuja eri puolella Suomea palvelukonttoreissa työskenteleviä toimihenkilöitä. Näin ollenkin voimme todeta tutkimustuloksen olevan luotettava. Tutkimuksen perusteella saadaan hyviä kehitysideoita, joiden avulla myyntiluvut saadaan nousemaan.

5.1 Tutkimuksen toteutus

Empiirinen tutkimus toteutettiin Webropol-ohjelman avulla, jotta tutkimus saatiin toteutettua kyselynä kaikille yhtä aikaa. Kysely lähetettiin yhteensä yhdeksälle kymmenelle toimihenkilölle. Heistä vastanneita oli viisikymmentä kahdeksan. Vastaus prosentti oli yli kuusikymmentä, joten tutkimusta pystytään käyttämään totuudenmukaisesti, koska vastaaja määrä oli suuri. Vastaukset perustuvat vastaajien kokemuksiin, tunteisiin ja heidän ammatitaitoihinsa.

Vastausvaihtoehdot ovat tässä tutkimuksessa jaettu neljään vaihtoehtoon välille täysin samaa mieltä – täysin eri meiltä. Kyselystä jätettiin tietoisesti pois vaihtoehto, että vastaaja ei ole samaa eikä eri mieltä. Jokaisella on varmasti jonkinlainen mielipide kysymykseen. Vastaaja joutuu oikeasti

miettimään oman mielipiteensä. Vastaaja on voinut halutessaan jättää kysymyksen väliin, jos ei ole osannut vastata siihen. Jos vaihtoehtona olisi ei samaa eikä eri mieltä uskoisin, että vastauskirjo ei olisi ollut näin hyvä.

Aluksi vastaajilta kysyttiin heidän työvuodet kyseisen työnantajan palveluksessa, heidän ikänsä ja työskentelevätkö he neuvontapalveluissa ilman ajanvarausta, ajanvaraksella vai molemmissa. Seuraavana kysyttiin vastaajan tietämystä rahastoista, säästämisen tärkeydestä ja rahastosäästämisen riskeistä. Henkilöt, jotka myyvät rahastokuukausisäästösopimuksia, osaavat parhaalla tavalla vastata siihen, mitä myynnin työkalussa on parannettavaa ja miten myyntiä saataisiin nostettua asiakastapaamisen yhteydessä. Kysymykset mietittiin tarkasti siten, että jokainen voisi vastata työpäivän aikana ja ettei vastaamiseen menisi liikaa aikaa.

5.2 Tutkimukseen vastanneet henkilöt

Vastaajien kaksi suurinta ikäryhmää olivat 26-30-vuotiaat ja yli 55-vuotiaat. Työsuhteen pituudessa kaksi suurinta jakaumaa olivat 1-5 vuotta ja yli 20 vuotta työskennelleet. Tästä voimme päätellä, että työntekijän ikä ja työsuhteen kesto kulkevat käsi kädessä. Vastauksia on saatu niin pitkänajan ammattilaisilta kuin aloittelevilta työntekijöiltäkin. Näistä suurin osa kuusi-kymmentä prosenttia työskentelee neuvontapalvelussa ajanvarauksella ja vain kymmenen prosenttia pelkästään neuvontapalvelussa ilman ajanvarausta. Molemmissa työskenteviä on kaksikymmentäyhdeksän prosenttia vastaajista eli 17 henkilöä.

5.2.1 Rahastojen osaaminen

Vastanneista seitsemänkymmentäseitsemän, yhdeksäntoista prosenttia osasi kertoa asiakkaalle, mikä rahasto on ja koki tuntevansa rahastot tarpeeksi hyvin. Kysyttäessä pitäisikö vastaajan oppia rahastoista vielä enemmän, suurin osa vastaajista oli kuitenkin sitä mieltä, että heidän tulisi oppia enemmän. Tästä voimme päätellä, että rahastoissa on aina uutta opittavaa, vaikka rahastoiden periaatteen tuntisi hyvin.

Suuri osa oli sitä mieltä, että kuukausittainen rahastosäästäminen on asiakkaalle hyödyllistä ja tärkeää. Kaksi vastaajaa oli sitä mieltä, että kuukausittainen rahastosäästäminen ei ole asiakkaalle hyödyllistä tai tärkeää. Rahastosäästämisen on myös riskejä ja samaa mieltä oli yli kahdeksankymmentä prosenttia vastaajista.

Rahastosäästämisen riskejä kysyttäessä vastaajille tuli suurimpana riskinä esiin kurssin ja arvon vaihtelut. Asiakas ei välttämättä ymmärrä, että rahastot ovat sidottu markkinakehitykseen ja kursseihin ja siitä johtuen oman pääoman arvo voi vaihdella lyhyelläkin aikavälillä. Tuotto ja riski kulkevat käsi kädessä. Maailmantalous heilahtelee entistä enemmän ja siitä johtuen kurssit saattavat painua miinukselle, jonka vuoksi asiakkaan säästöjen arvo alenee. Tätä asiakkaat eivät hyväksy ja heti kurssien painuttua alas säästöt halutaan lunastaa pois. Rahastoissa on omaisuus hajautettu kuitenkin laajalti ympäri maailmaa osakkeisiin ja korkoihin. Tämä pienentää rahastojen riskejä verrattuna pelkkään osakesijoitukseen.

Eräs riski on myös se, kun asiakas haluaa lunastaa rahastosta osuuksia. Rahat eivät ole heti tilillä, vaan varojen siirtyminen asiakkaan tilille kestää muutaman pankkipäivän, mikä saattaa tulla asiakkaalle yllätyksenä.

Rahastosäästäminen ei ole lyhytaikaista säästämistä, vaan tuotto-odotukset annetaan noin kolmen vuoden ajalle. Tämän vuoksi asiakkaalla on hyvä olla esimerkiksi etutili lyhytaikaista säästämistä varten, josta saa varat heti käyttöön. Tosin tuotto on paljon pienempi kuin rahastoissa. Etutilin korko on tällä hetkellä 0,1%. (Nordea säästäminen 2016.)

5.2.2 Sijoitusoppaan käyttö

Sijoitusopas on työkalu, jolla kuukausirahastosäästösopimuksia tehdään asiakkaan kanssa. Sijoitusopasta käytetään muidenkin kuin rahastokuukausisäästösopimusten tekemiseen ja siitä johtuen kuukausisäästösopimuksia varten voisi olla kevennetty, nopeampi versio. Sijoitusoppaan käyttöä on harjoitellut noin kahdeksankymmentäviisi prosenttia vastaajista,

mutta vain kaksikymmentäyksi prosenttia kertoo osaavansa käyttää sijoitusopasta moitteettomasti. Reilusti alle puolet vastaajista kertoo osaavansa käyttää sijoitusopasta moitteettomasti, josta voidaan päätellä, että koulutusta ja työntekijöille itseopiskeluaikaa tarvitaan enemmän. Kun työntekijät voivat vahvasti sanoa, että osaavat käyttää työkalua moitteettomasti, antaa se heille itsevarmuutta käyttää työkalua enemmän ja samalla myynti tulokset nousisivat. Vastaajista yli seitsemänkymmenen prosentin mielestä sijoitusoppaassa on puutteita, jotka tuottavat haasteita sen käytössä.

Vastaajia pyydettiin kertomaan omin sanoin, millaisia puutteita heille tulee mieleen sijoitusoppaan käytöstä. Paljon negatiivista palautetta sai sijoitusoppaan tekninen puoli, teknisiä ongelmia on paljon ja oppaan toimivuuteen ei voi luottaa, mikä hidastaa työtä ja tuottaa kiusallisia tilanteita asiakaspalvelutilanteessa. Ohjelma ei myöskään kerro, jos jokin kohta on täyttämättä tai on täytetty väärin. Virheiden etsiminen vie paljon aikaa. Viranomaisvaatteet liittyen sijoitusneuvontaan tuovat uudelle käyttäjälle haastetta ja usein työntekijälle voi tulla tunne, ettei hän osaa tarpeeksi hyvin ja siksi jättää tekemättä koko asian, koska sijoitusopas on vahvasti käyttäjän teknisen osaamisen varassa.

Säästämisen asioiden läpikäyminen vie pitkään ja samalla ei useinkaan ehdi käydä läpi asiakkaan muita asioita. Säästämisen suunnitelmaan tulisi aina varata aika asiakkaalle. Ajanvaraus johtaa siihen, että asiakkaan pitää tulla pankkiin uudemman kerran. Jos kuukausisäästämiseen olisi helpompi ja nopeampi versio, sen voisi tehdä samalla kun täyttää asiakkaan perustietoja asiakaskohtaamisen yhteydessä.

Paljon kritiikkiä on saanut myös se, että asiakkaalta kysytään hänen koulutustasoaan. Asiakkaat kokevat tämän yleensä kiusallisena ja sen tiedon tarkoitusta ei ymmärretä. Tämä saattaa vaikuttaa säästämisen neuvottelun etenemiseen negatiivisella tavalla. Oppaaseen pitää myös kirjata samoja asioita useaan otteeseen, vaikka samojen asioiden kertaaminen ei palvele asiakasta kunnolla.

Paljon tuli palautetta myös siitä, kuinka suuria sijoitusoppaan vaaditut tieto- ja muistiinpanomäärät ovat. Jo pelkän kuukausisäästösopimuksen tekeminen on ajallisesti mahdotonta lainaneuvottelujen yhteydessä. Sijoitusoppaassa ei suoraan tarjota kaikkia valikoimassa olevia tuotteita vaan tuotesuosituksien ovat yleensä rahastoja. Muitakin vaihtoehtoja olisi, kuten tavoitesäästö, jossa asiakas tavoittelee tiettyä kokonaissummaa, jota hän säästää esimerkiksi eläkeikää varten.

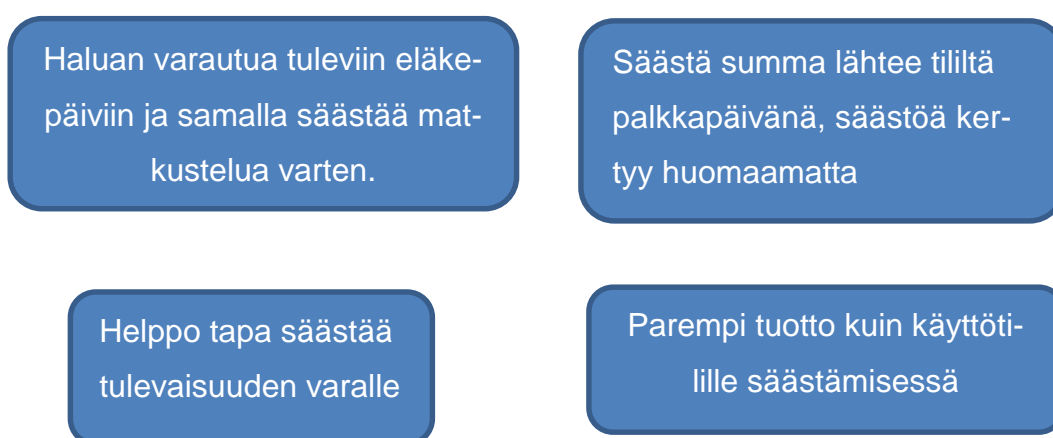
Muistiinpanot, jotka tulevat näkyviin asiakkaalle tulostettavassa dokumenteissa, jotka tehdään erillisessä ohjelmassa, josta leikataan sopiva teksti sijoitusoppaaseen. Työntekijällä on myös mahdollisuus kirjoittaa muistiinpanot itse suoraan sijoitusoppaaseen, mutta tämäkin vaihtoehto on hidasta ja silloin on myös oltava todella tarkka, että kaikki tarvittava tieto on muistettu kirjoittaa. Tästä kohdasta tuli todella paljon palautetta. Tämä hankaloittaa ja hidastaa käyttäjää. Varsinkin kokemattomamman käyttäjän kannalta muistiinpanot tuottavat haasteita. Muistiinpanokohdan parantamiseen tuli paljon parannusehdotuksia. Vastaajien mielestä olisi paljon yksinkertaisempaa, jos muistiinpanovaihtoehdot avautusivat raksi ruutuun periaatteella. Tällöin olisi helpompaa ja paljon nopeampaa saada sijoitusopas valmiiksi ja siitä on tarvittaessa mahdollista muokata tekstiä asiakaskohtaisesti. Jokaiselle rahastovaihtoehdolle olisi oma vaihtoehtonsa.

5.2.3 Vastaajien omat säästökokemukset

Vastaajilta kysyttiin myös heidän omasta säästämisestä, onko heillä itsellään kuukausittainen rahastosäästösopimus ja miksi? Omista kokemuksista säästäjänä on helppo kertoa asiakkaalle ja perustella, miksi myös asiakkaan kannattaa aloittaa rahastokuukausisäästösopimus. Melkein jokaisella kyselyyn vastanneella oli rahastokuukausisäästösopimus. Vain neljällä ei ollut, mikä on alle seitsemän prosenttia vastaajista. Tämä kertoo siitä, että pankkitoimihenkilöiden luottamus rahastosäästämistä kohtaan on hyvä ja he itse luottavat tuotteeseen, jota myyvät. Helpompi on myydä asiakkaalle tuotetta, joka on itsellään ja tietää, miten se toimii ja käyttäytyy.

Työtekijät perustelivat omaa kuukausirahastosäästämistä sillä, että se on helppo ja huomaamaton tapa säästää, kun veloituspäiväksi valitsee palkkapäivän. Kuukausittainen rahastosäästäminen on monen mielestä hyvä tapa säästää pahan päivän varalle, sopii myös eläkesäästämiseen. Yksi vastaajista säästää itsensä lisäksi myös lapsilleen ja lapsenlapsilleen, joille on avannut omat rahastot.

Vain yksi vastaajista kertoi säästävänsä mielummin etutilille, koska kokee rahaston kulujen olevan suuremmat kuin tuoton.



KUVIO 6. Henkilöstön ajatuksia säästämisestä.

Monet kokivat positiivisena asiana sen, ettei rahastosta voi nostaa heti varojaan omalle tilille, näin ei tule sorruttua helposti heräteostoksiin. Monen mielestä rahastojen arvojen seuraaminen on mielenkiintoista tekemistä, koska siinä näkee konkreettisesti, miten paljon arvo oikeasti vaihtelee.

5.2.4 Kuukausi rahastosäästösopimuksen myyminen

Vastaajilta kysyttiin, kuinka he kokevat työnantajan antaman koulutuksen ja tuen rahastokuukausisäästösopimusten myymiseen. Tämä antoi paljon jakautuneita vastauksia. Noin kuusikymmentä prosenttia vastaajista kokee saavansa tukea ja koulutusta kuukausisäästösopimuksien myymiseen. Jos

vain noin kuusikymmentä prosenttia kokee näiden asioiden toimivan, tarkoittaa se sitä, että noin neljäkymmentä prosenttia ei koe saavansa tukea tai koulutusta, vaikka tavoitteet ovat samat.

Työntekijöiltä kysyttiin, miten heidän mielestään myyntiä saataisiin enemmän ja mikä heitä motivoisi enemmän. Hieman yli puolet vastaajista oli sitä meiltä, että myyntikisat eivät innosta tai motivoi heitä myymään enempää kuukausisäästösopimuksia. Toisaalta, kun työntekijöitä kysyttiin, pyrkisivätkö he myymään enemmän, jos jokaisesta myynnistä saisi provision tai jos kuukaudessa myisi tavoitteiden mukaisesti tai yli tavoitteiden rahasto kuukausisäästösopimuksia, saisi seuraavaan palkkaan bonuksen. Näiden kannalla oli yli kahdeksankymmentä prosenttia vastaajista. Rahallinen kannustus koetaan hyväksi motivaattoriksi.

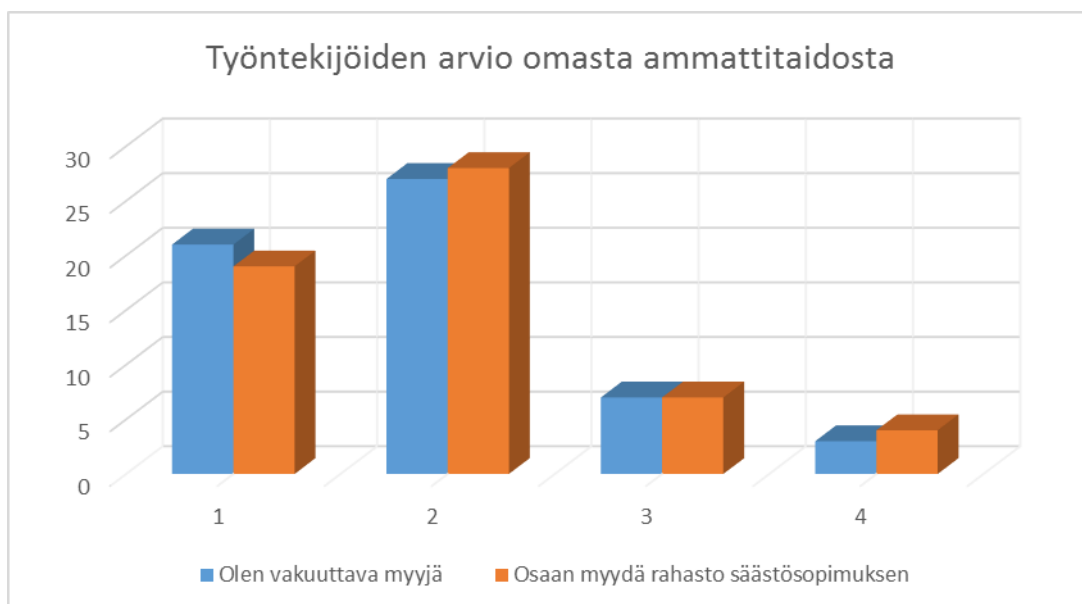
Vastaajille oli kyselyssä mahdollisuus kertoa vapaasti, mikä heitä motivoisi saamaan enemmän myyntiä. Suurin motivointi on korvaus hyvin tehdystä työstä. Rahallinen korvaus eli bonus, joka ei pienennä kuukausipalkkaa. Asiakkaiden tyytyväisyys toimii myös monella motivaattorina ja se, että itse onnistuu työssään hyvin ja saa hyvän mielen tunteen onnistuneesta myynnistä. Vain yksi henkilö kertoi, ettei onnistunut myynti motivoi häntä myymään enempää.

Yhtenä hyvänä ideana tuotiin esille myös konttorin yhteinen palkitseminen. Vaikka jokaisella on henkilökohtaiset tavoitteet, ne ovat yhdessä konttorin tavoitteet. Esimerkkinä yhdeksi konttorien väliseksi myyntikisaksi voisi olla oman alueen parhaiten omaa tulostaan nostaneen konttorin palkitseminen. Tämä kannustaisi kaikkia tekemään parempaa tulosta ja ylittämään itsensä tavoitteissaan. Samalla luodaan hyvää yhteyshenkeä oman konttorin sisällä ja kannustetaan työkaveria.

Paljon motivaatiota ja kannustusta tuo lisäkoulutus sijoitusoppaan käyttöön ja sijoitusoppaan yksinkertaistaminen. Myyntiin kannustaminen koetaan motivoivampana kuin tavoitteisiin painostaminen. Tavoitteet ovat tietenkin tärkeää saavuttaa; kannustamisella ja positiivisella asenteella on

suurempi yhteys onnistumiseen kuin painostamisella, jankuttamisella ja uhkailulla.

Kyselyssä pyydettiin vastaajaa arvioimaan itseään myyjänä. Osaako hän tuoda säästämisen asiat esille asiakastilanteessa? Reilusti suurin osa vastaajista osaa mielestään tuoda rahastokuukausisäästämisen esille asiakastilanteessa. Täysin samaa tai melkein samaa mieltä olivat kahdeksankymmentäneljä prosenttia. Näistä yli seitsemänkymmentä prosenttia osasivat mielestään myydä tuotetta hyvin ja olivat mielestään vakuuttavia myyjiä.



1= täysin samaa mieltä 4=täysin eri mieltä

KUVIO 7. Työntekijöiden arvio omasta osaamisesta.

Asiakaspalvelutilanteessa koetaan, etteivät asiakkaat tunne rahastoja tarpeeksi hyvin ja vieroksuvat säästämisessä rahastoja. Toisaalta, kun kysyttiin, pelkääkö kyselyyn vastanneet sitä, että asiakas kysyy jotain, mihin he eivät osaa vastata, noin seitsemänkymmentäyhdeksän prosenttia ei pelkää sitä, ettei osaisi vastata asiakkaan kysymyksiin. Voitaneen ajatella, että vastanneet osaavat olla myös omasta mielestään vakuuttavia myyjiä. Tämän kun kiteyttää yhteen, rahastokuukausisäästäminen osataan tuoda

esille asiakkaan kanssa, tuote tunnetaan hyvin ja moni itse kokee osavansa vastata asiakkaan kysymyksiin. Pääsääntöisesti rahastot ovat asiakkaille vieraita ja heidän tietämys ja tuntemus rahastoja kohtaan on pieni.

Joissakin konttoreissa koetaan, että asiakkaat ovat jaettu vahvasti toimihenkilöille niin, että joillakin henkilökohtaisella pankkineuvojalla on paljon varakkaampia asiakkaita ja heille on helpompi myydä kuin asiakkaalle, jolla on pienempi varallisuus. Tässä kohtaa on paljon myyjästä kiinni osaako hän myydä tuotteen asiakkaalle, jolla ei ole entuudestaan suurta omaisuutta. Tällainen on itse asiassa tietyllä tavalla ihanneasiakas. Hänelle myydään tuote, joka auttaa asiakasta tulevaisuudessa.

5.2.5 Oma tapa myydä

Jokaisen tulisi kehittää itselleen oma myyntitapa, jonka kokee itselleen sopivaksi. Koskaan ei ole vain yhtä tapaa myydä. Näin kertoo tehneensä noin kuusikymmentäseisemän prosenttia kyselyyn vastanneista. Kun keksii itselleen parhaan tavan myydä mitä tahansa tuotetta, se luonnistuu sujuvammin ja myynti nousee itsestään. Tietysti oma tietämys ja kiinnostus myyntituotetta kohtaan tuo lisämotivaatiota ja myyntiä yritetään paljon enemmän. Onnistuneesta myynnistä lähes kaikki vastaajat saavat hyvän mielen itselleen ja onnistumisen tunteen. Tämä tunne auttaa yrittämään uusia kauppvoja. Vain kaksi kyselyyn vastanneista ei kokenut, että onnistunut myynti toisi hyvää mieltä.

Vastaajilta kysyttiin myös, miten he kokevat yhtiön mainostamisen säästämistä ja helpottaako se myyntiä. Tässä koettiin suurta hajontaa, vaikkakin suurin osa oli sitä mieltä, että yhtiön mainostaminen säästämistä kohtaan helpottaa myyntiä.

“Yritys mainostaa säästämistä ja rahastoja, mutta mainonnassa ei ole mitään sellaista, josta asiakas haluaa kysellä jälkeinpäin ja houkuttelisi säästämisen aloittamisen.”

Yleisiä ajatuksia rahastosäästämisestä ovat muun muassa oletus siitä, että rahastosäästäminen on oivallinen keino säästää. Asiakkaan tulee ymmärtää se, että hän säästää itselleen eikä muita varten. Asunnon ostaminen on jo nykypäivää, mutta silti koetaan, ettei ole varaa säästää. Tämä tuntuu ja kuulostaa oudolta monen pankkitoimihenkilön mielestä.

Asiakkaille on tärkeää selittää mistä ja miten rahasto koostuu. Mistä tuotto ja riskit tulevat ja, että ne kaksi asiaa kulkevat aina käsi kädessä. Rahastot koetaan riskillisinä, mutta samalla harmitellaan, etteivät pankit maksa tilille tarpeeksi korkoja, vaikka asiakkaille selitettäisiin korkotilanteesta.

Ammattitaitoisesti ja vastuullisesti myyty rahastokuukausisäästösopimus tuo asiakkaalle lisäarvoa!

Monelle asiakkaalle tulee sijoittamisesta ja säästämisestä tunne, että pitää olla paljon rahaa, vaikka tässä tapauksessa puhumme rahastosäästämisestä. Asiakkaat eivät välttämättä osaa ajatella rahastosäästämistä säästämisen muotona. Tilisäästäminen koetaan turvallisempänä, vaikka niissä on pienemmät korot.

Asiakkaille pitää puhua säästämisestä ja rahastoista siten, että he ymmärtävät, mitä heille kerrotaan. Jos pankin toimihenkilö käyttää paljon sijoitukseen liittyviä termejä, asiakkaalle tulee helposti tunne, ettei hän voi mitenkään ymmärtää asiaa ja ei tee sopimusta kuukausittaisesta säästämisestä.

Moni vastaaja kokee, että nuorille on paljon helpompi myydä rahastosäästösopimuksia kuin vanhemmille asiakkaille. Myynnissä auttavat paljon omat kokemukset säästämisestä.

“Itse aloitin kuukausisäästämisen rahastoon, samalla kun otin asuntolainan. Veloitus lähtee automaattisesti tililtä palkkapäivänä. Muutaman vuoden päästä saimme per-

heenlisäystä ja äitiysloman jälkeen pystyin jäämään hoito-vapaalle, koska säästössä oli jo mukava summa, josta nostettiin tarvittaessa.”

5.2.6 Asiakkaiden ajatuksia säästämisestä

Asiakkaiden tietämys ja tuntemus rahastosäästämistä kohtaan on heikonlainen. Asiakkaiden kanssa keskustellessa yleinen mieltymys säästämistä kohtaan on se, että he haluavat säästää. Säästäminen halutaan kuitenkin tehdä omalle tilille tai avata säästämistä varten toinen tili kuten etutili, jossa on tällä hetkellä pieni korko. Vastanneista yli kahdenkymmentä prosenttia oli sitä mieltä, että asiakkaat eivät tunne rahastoja tarpeeksi hyvin ja noin kuusikymmentä prosenttia kertoivat, että halua säästämiseen löytyy, mutta säästämisen muodoksi ei haluta rahastosäästämistä. Varsinkin nuorille asiakkaille yritetään myydä rahasto kuukausisäästösopimuksia, ja näin innostaa heitä säästämään. Tarkoituksena on myös herätellä ajatuksia omasta asunnosta tai haaveista tulevaisuudessa, minkä vuoksi säästäminen kannattaa aloittaa.

Pitkäaikaisesta säästämisestä keskustellessa asiakkaiden kanssa huomataan, että pitkäaikainen säästäminen on tärkeää myös asiakkaiden mielestä. Eläkesäästäminen on yksi pitkäaikaisen säästämisen muoto. Varsinaisessa eläkesäästämässä on asiakkaan muistettava, että hän on oikeutettu nostamaan varoja, kun hän on tavoittanut tuloverolaissa asetetun eläkeiän. (sijoitustieto 2016.) Rahastokuukausisäästösopimuksissa ei ole asiakkaan kannalta mitään kiinteää säästöaikaa tai pitkäaikaista säästöso-
pimusta, vaan rahastosta voi lunastaa varojaan, milloin itse haluaa.

Vastaajien mielestä asiakkaat ymmärtävät säästämisen tärkeyden ja ymmärtävät sen, mutta he eivät halua aloittaa säästämistä vielä. He jäävät yleensä miettimään ja pohtimaan omaa säästämistään. Siinä kohtaan, kun asiakkaan kanssa on päästy keskustelemaan säästämisestä ja sen tärkeydestä, asiakaskin on samaa mieltä säästämisen tärkeydestä. Silloin pitäisi saada kuukausisäästösopimus myytyä, ennen kuin asiakas kertoo haluavansa ensin miettiä sopimuksen tekemistä.

6 MYYNIN KEHITTÄMINEN

Myynnin kehittäminen lähtee ensimmäisenä työntekijän kunnollisesta koulutuksesta ja hänen omasta innostuksestaan myydä. Motivaatiota saa taas siitä, kun on osaamista, tuotetuntemusta ja hallitsee käyttöohjelman. Osaaminen kasvattaa itseluottamusta myyntiä ja myyntituotetta kohtaan. Uuden työntekijän koulutus tulisi aloittaa perusteellisesti ja järjestelmällisesti. Koulutuksessa tulisi olla yksi henkilö, joka pitää huolen siitä, että uusi työntekijä on perehdytetty uusiin työtehtäviin. Pikkuhiljaa aloitetaan vaativimpien tehtävien harjoittelu ja koulutus. Tämä koskee kaikkia työtehtäviä pankissa. Koulutuksessa käydään sijoitusopasta läpi ja opiskellaan, miten myynnin paikat huomataan. Koulutuksessa käydään sijoitusopas perusteellisesti läpi. Esimiehen tulee olla perillä, miten uuden työntekijän perehdytys etenee ja sitä mukaan lisätä vaativimpia tehtäviä ja uusia koulutuksia. Jokaiselle tulee myös kalenteroida itseopiskeluaikaa, jolloin työntekijällä olisi aikaa perehtyä uusiin asioihin ja uusiin ohjelmiin. Aina löytyy opittavaa.

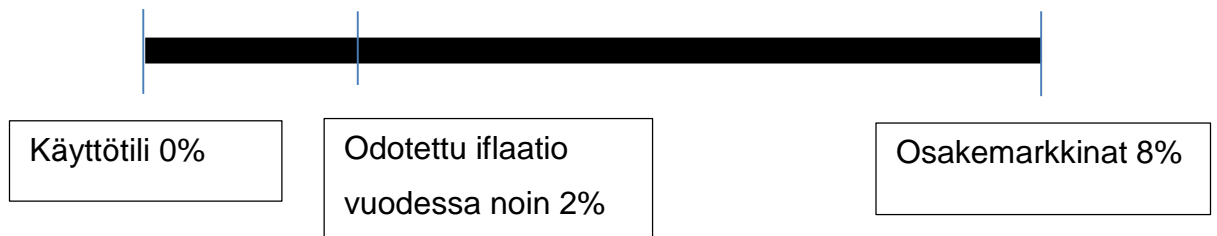
Ajanvaruksessa työntekijällä on aikaa suunnitella asiakastapaamista, ja tehdä esivalmisteluja tapaamiseen. Tämä helpottaa ja nopeuttaa myynnin onnistumista. Valmisteluvaiheessa asiakkaasta täytetään jo perustietoja, jos hän on jo ennestään asiakas. Esittelymateriaalia kannattaa aina tulostaa asiakkaalle valmiiksi esille ja alustavasti suunnitella tapaamisen kulua. Asiakkaan kohtaamisessa kartoitetaan hänen tarpeitaan. Jos hän ei ennestään säästä millään tavalla, luodaan hänelle tarve ja usko, miksi säästäminen on kannattavaa. Myyntikeskustelun aloittamiseen jokaisen pitää kehitellä oma tapansa. (Rope 2003, 59.)

Myyntiä varten voi itselleen tulostaa valmiiksi esitteitä, joita voi antaa asiakkaalle mukaan, jotta asiakas voi tutustua tuotteeseen ennen kuin aloittaa rahastokuukausisäästämisen.

6.1 Tehokkaampaa myyntiä

Tehokas myynti alkaa hyvästä asiakaspalvelusta ja hyvä asiakaspalvelu on monen tekijän ja tapahtuman summa. Vaikka asiakkaan kohtaaminen ei aina tapahdu kasvotusten, vaan asiakkaan voi kohdata ensimmäisen kerran esimerkiksi puhelimitse, ilman asiakkaita myyntiä ei voi saada. (Ylikoski, Järvinen & Rosti, 2006, 78.)

Yksi hyvä myyntitapa on piirtää asiakkaalle tuotto-riskijana, eli konkreettisesti piirretään paperille jana, jonka toisessa päässä näkyy käyttötili, jossa on tuotto nolla prosenttia. Toisessa päässä on osakemarkkinoiden tuotto-odotus, joka on kahdeksan prosenttia.



KUVIO 8. Tuotto-riskijana.

Tuotto-riskijana helpottaa asiakasta ymmärtämään, millaisella riskillä hän haluaa sijoittaa. Kun tuotto-odotus on suuri, samalla riski kasvaa. Yleisin asiakkaan vastaus on, että hän haluaa mahdollisimman paljon tuottoa pienellä riskillä. Pelkän janan piirtäminen ja näyttäminen helpottavat asiakkaan ymmärrystä ja tästä on helpompi jatkaa myyntikeskustelua. Jos asiakas ajattelee pitävänsä kaikki varansa omalla käyttötilillä, jossa ei ole minäkäänlasita korkoa. Asiakasta kannattaa muistuttaa siitä, että inflaation myötä rahan arvo laskee. Tämän vuoksi on järkevää sijoittaa hieman tuottohakuisempaan kohteeseen.

Myyjän on keskusteltava asiakkaan kanssa ja esitettävä pieniä kysymyksiä. Tärkeintä on kuitenkin antaa asiakkaan puhua ja kertoa. Myyjä tekee täsmentäviä lisäkysymyksiä, joilla saa asiakkaan kertomaan omia ajatuksia säästämisestä. Mieluiten käytetään avoimia kysymyksiä, jolloin asiakas

joutuu pohtimaan asioita, eikä voi vastata vain kyllä tai ei. Tämä on asiakkaan tilanteen kartoitusta ja tärkeä osa myyntiä. Näin tutustutaan asiakkaaseen ja luodaan asiakassuhde. Näin näytetään asiakkaalle, että olemme oikeasti kiinnostuneita hänen taloudellisesta tilanteestaan ja haluamme auttaa häntä vaurastumaan.



KAAVIO 9. Kysymyksiä asiakkaalle säästämisen aloittamisesta.

Samalla, kun asiakkaalle luodaan tarve säästämiseen, esitellään ratkaisu, joka on säästämisen aloittaminen rahastokuukausisäästösopimuksella. Asiakasta rohkaistaan tekemään päätös säästämisen aloittamisesta. Annetaan tarjous, otetaan asiakkaan hyväksyntä ja päätetään kauppa. Hyvä myyjä erottuu tässä vaiheessa ja hän voi hieman röyhkeästi kertoa asiakkaalle, että allekirjoitetaan sopimus, jotta asiakas voi aloittaa säästämisen heti. Jälkihoitona asiakkaaseen otetaan esimerkiksi vuoden päästä yhteyttä ja tarkistetaan, että säästäminen on sujunut hyvin ja tarvittaessa päivitetään säästämisen suunnitelma. (Rope 2003, 59.)

Myyjän on ryhdyttävä rohkeasti myymään asiakkaalle uutta tuotetta. Asiakas ei itse tule pankkiin kertomaan halukkuuttaan aloittaa kuukausirahastosäästämistä tai se on vähintäänkin todella harvinaista.

”Toimipaikan jokaisen asiakaspalveluhenkilön tulisi kokea itsensä ensisijaisesti myyjäksi. Tässä myyntitehtävässä kaikki tekemiset tulisi mieltä siitä näkökulmasta, miten niillä saadaan edesautettua myynnin kasvua.” (Rope 2003. 37.)

Jokaisesta yrityksestä ei tule myyntiä. Myyjän tulee kuitenkin muistaa, että kaikki epäonnistuminen ei johdu hänestä. Ilman yrittämistä ei voi edes epäonnistua tai varsinkaan onnistua. Myyjän on laitettava itsensä likoon ja oltava rehellinen itselleen. Myyjän tulokseen vaikuttavin asia onkin hänen oma tietoisuus siitä, että vain hän on avain omaan onnistumiseen ja oma panos myyntityöhön on merkittävin osa onnistumisessa. (Rope 2009, 52, 53.)

6.2 Sopimuksen solmiminen

Myyjän on pidettävä huolta, että asiakastapaaminen sujuu parhaimmalla tavalla alusta loppuun asti. Asiakkaalle on kerrattava sopimuksen pääkohdat ja on varmistuttava siitä, että asiakas ymmärtää, minkälaisen sopimuksen on tehnyt. Tällöin asiakkaalle tulee tunne, että hänestä pidetään huoli. Samalla voidaan keskustella uudesta tapaamisesta, jotta myyjä ja asiakas voivat yhdessä katsoa, miten sijoitukset ja säästäminen on lähtenyt käyntiin. (Rubanovitch, Aalto, 2007, 149, 150.)

Uusien myyjien pelkona on asiakkaan kieltävä vastaus. Ajattelua kannattaa muuttaa niin, että kaupanteko alkaa vasta ensimmäisestä kielteisestä vastauksesta. Asiakkaan on helppo päästä uudesta tilanteesta pois, kun hän vastaa, ettei rahastosäästäminen tai säästäminen ylipäättänsä ole hänen juttu. (Rubanovitch, Aalto, 2007, 136.)

Miten ohitetaan kieltävä vastaus? Harvoin on sellaisia palveluneuvotteluja ja myyntejä, jolloin asiakas ei ole yhtään epäröinyt tai kertaakaan kieltäytynyt kuukausisäästösopimuksesta. On ihan normaalia, että asiakas suhtautuu kuukausisopimukseen varauksellisesti ja siksi on aluksi varautunut.

Myyjä ei saa luovuttaa heti, jos asiakas epäilee ja pohtii. Tällöin myyjän tulee kertoa, miksi säästäminen kannattaa ja painottaa, että tämä on yksi asiakkaan tulevaisuuden tärkeimmistä asioista. Asiakkaalta voi rohkeasti kysyä, mikä häntä mietityttää ja haluaako hän vielä kerrata asioita. (Rubanovitch, Aalto, 2007, 136-139.)

*Asiakas ei osta tuotetta, vaan ratkaisua omiin tarpeisiinsa.
(Rope, 2004, 147.)*

Yhtenä hyvänä esimerkkinä myynnissä voi käyttää valtion myöntämää työeläkettä. Työeläke on pieni, joka kertyy työvuosien ja tulojen mukaan. Valtion myöntämä eläke on pieni ja sitä jokainen voi seurata www.työeläke.fi sivustolta, jonne kirjaututaan omilla verkkopankkitunnuksilla. Siinä vaiheessa, kun asiakas näkee sen hetkisen eläkkeensä summan, hän todennäköisesti alkaa ajatella eläkesäästämistä positiivisemmin ja kokee oman säästämisen tarpeellisenä.

6.3 Myynnin työkalu – Sijoitusopas

Sijoitusopasta varten tulisi olla kunnon koulutus, joka sisältää yhden koulutuspäivän ja itseopiskelua. Koulutuksessa käytäisiin rahastot perusteellisesti läpi ja se, miten rahastot toimivat ja miten niitä hoidetaan. On myös tärkeää käydä läpi, miksi asiakkaan kannattaa sijoittaa rahastoihin. Koulutuksessa puoli päivää perehdytään rahastoihin ja toinen puolikas käydään itse sijoitusopasta läpi. Kaikki tärkeät asiat, jotka liittyvät kuukausisäästösopimuksen tekemiseen, mukaan lukien myyntivinkkejä kolleegoilta.

Paras tapa opiskella sijoitusoppaan käyttöä, on olla mukana asiakastapaamisessa ensin kuunteluoppilaana kerran tai kaksi ja sitten itse siirtyä tekijän paikalla. Pikkuhiljaa henkilö alkaa itse hoitaa sijoitusoppaan tekemistä asiakkaan kanssa. Tämän jälkeen jokaisen on helpompi alkaa itsenäisesti tekemään sijoitusopasta asiakkaan kanssa. Ensimmäisiä rahastokuukausisopimuksia ei tule tehdä neuvontapalvelussa, jossa asiakas tulee vuoronumerolla. Siihen ei vain yksinkertaisesti ole aikaa. Ensimmäisiin kertoihin tarvitaan aikaa asiakkaan kanssa, jotta voi saada itsevarmuuden tekemiseensä. Ne työntekijät, jotka eivät ole aiemmin tehneet rahastokuukausisäästösopimuksia, eivätkä tunne vielä sijoitusopasta, keskittyvät varmaan aikoja asiakkaille säästämissuunnitelmaa varten. Toinen työntekijä myy tuotteen.

Sijoitusopasta tulisi myös kehittää entuudestaan, jolloin käyttö olisi nopeampaa ja mutkattomampaa. Negatiivisuutta aiheuttaa myös sijoitusoppaan tekninen puoli. Tutkimuksessa tuli esille, että sijoitusoppaassa on paljon teknisiä ongelmia, jotka aiheuttavat kiusallisia tilanteita asiakastapaamisessa. Sijoitusopas ei välttämättä toimi olleenkaan. Tämä on todella huonoa palvelua varsinkin, jos asiakas on tullut varta vasten pankkiin tekemään säästämisen suunnitelmaa.

Yhtenä hyvänä kehitysideana tutkimuksessa ilmeni, että sijoitusoppaassa olisi hyvä olla rahastokuukausisäästämiseen oma kevyempi ja lyhyempi versio. Tällöin rahastokuukausisäästösopimuksia olisi helpompi tehdä myös vuoronumerolla neuvontapalveluihin tulleen asiakkaalle ja myyntiluvut nousisivat.

Myynnin onnistuttua asiakkaalle jää oma kopio rahastokuukausisäästösopimuksesta. Siinä näkyvät muistiinpanot, jotka liitetään sijoitusoppaaseen loppuvaiheessa, kun tiedämme, millainen säästäjä asiakas on ja minkä rahaston hän on valinnut. Tutkimuksessa tuli paljon kritiikkiä muistiinpanoista. Ne ovat todella hankalia tehdä, koska muistiinpanoihin on valmiina peruspohjat toisessa ohjelmassa, josta ne liitetään sijoitusoppaaseen ja muokataan asiakkaan mukaiseksi. Yksi muistiinpano malli ei sovi joka asiakkaaseen, koska kaikki me olemme yksilöitä.

Muistiinpano kohtaan tuli melkein jokaiselta tutkimukseen vastaannelta parannusehdotukseksi, että muistiinpanoihin tulisi uudistus ”raksi ruutuun” tyylisesti jo suoraan sijoitusoppaaseen. Millainen sijoittaja tai säästäjä asiakas on ja siten valitaan sopiva vaihtoehto, ja tätä muokataan asiakkaan mukaisesti. Tämä helpottaisi ja nopeuttaisi palveluprosessia.

Avain tulokseen lähtee koulutuksesta

6.4 Yhteinen päämäärä – palkitseminen

Tutkimuksessa tuli moneen kertaan esille, kuinka työntekijät ovat tyytymättömiä palkitsemisjärjestemään ja monella on tunne, ettei heidän tekemää työtä arvosteta. Jokaisella on omat tavoitteet, joihin tulee päästä.

Tutkimuksen johtopäätöksenä voi hyvin päätellä, että työntekijät toivoisivat työnantajalta parempaa palkitsemisjärjestelmää. Toiset toivoivat henkilökohtaista bonus- tai provisiojärjestelmää, kun taas toiset toivoivat konttori-kohtaisia palkitsemisia. Jokaisella on yhteinen päämäärä, joka on saada myyntiä. Myyntikilpailut eivät saaneet kannatusta. Tästä voi päätellä sen, ettei lähimpiä työkavereita vastaan haluta kisata.

Vaihtoehto 1. Henkilökohtaisella bonuksella tai provisiolla toivottiin saatavan mahdollisuutta kasvattaa omaa kuukausipalkkaa. Kun tavoitteet on saavutettu ja niistä on päästy yli, olisi kohtuullista palkita työntekijä hyvin tehdystä työstä. Jokaisesta tavoitteen yli menevästä sopimuksesta voisi saada esimerkiksi provision tai bonuksen.

”Huipputyyppi saattaa hoitaa koko vuoden myyntibudjetinnsa jo muutaman ensimmäisen kuukauden aikana. Jos hän ei itse hyödy lisämyynnistä, voi olla houkuttelevampaa siirtää potentiaalisia kauppoja seuraavalle vuodelle.”
Röksä

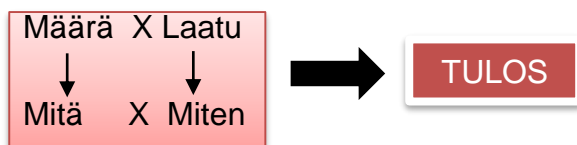
Myös työntekijän on hyödyttävä loistavasta tuloksesta. Jokainen työntekijä asettaisi oman tavoitteensa ylemmälle kuin yritys on asettanut, ja tämän vuoksi tavoittaisi parempaa tulosta. Tästä hyötyisi niin työntekijä, kuin yritys itsekkin. (Kaartinen, 2009.)

Vaihtoehto 2. Konttorin yhteisellä palkitsemisella työntekijät haluaisivat, että jokaisen työntekijä tulos on merkitsevä. Näin saadaan yhteishenkeä korkeammalle ja jokaiselle yhteinen päämäärä selkeäksi. Tässä vaihtoehdossa on vain haittana se, että jokainen työntekijä ei ole täysin motivoitunut ja motivoitunut työntekijä joutuu tekemään enemmän tulosta bonuksen saamiseksi.

Vaihtoehto 3. Viimeisenä vaihtoehtona palkitsemisjärjestelmään ehdottaisin, että jokainen joka pääsee tavoitteisiin myynnissä joka kuukausi neljän kuukauden ajan saisi joko rahallisen bonuksen tai esimerkiksi kaksi palkallista vapaapäivää. Eli vuosi jaetaan neljään eri jaksoon ja joka kerta kun yhden jakson aikana tulisi omat tavoitteet täyteen joka kuukausi olisi ansainnut bonuksen tai palkalliset vapaapäivät.

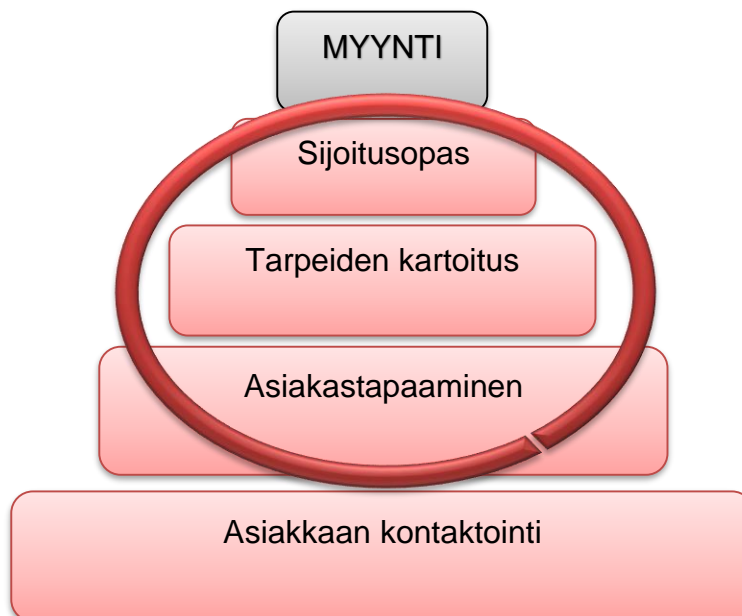
6.5 Kohti tavoitteita – myynnin 8 ohjetta

Tärkeintä on myyntityössä muistaa, että vain ja ainoastaan myyjä on avain omaan myyntitulokseensa. Myyjä pitää myös itse oman tuotetietouden vaaditulla tasolla, josta keskustellaan säännöllisesti esimiehen kanssa. Näin molemmat osapuolet seuraavat aktiivisesti myyntiä ja heikkoon myyntitulokseen osataan reagoida ajoissa.



KAAVIO 11. Myynnin tuloskaava. (Rope 2009, 53.)

Kaaviosta voidaan helposti ymmärtää, miten tärkeää myyjän rooli on myynnin tuloksessa. Jokaisen on tehtävä niitä toimenpiteitä, jotka rakentavat ja palvelevat myynnin tulosta. Yhtälön mitä-elementtiä voisi verrata pallopeleihin, jos palloa ei potkita eteenpäin ja laukaista kohti maalia, ei maalikaan voi saada. Toisin sanoen, ilman yrittämistä ei voi tehdä tulosta. (Rope 2009, 54.)



KAAVIO 10. Myynnin portaat.

Myyjä noudattaa myynninportaita, jotka lähtevät asiakkaan kontaktoinnista. Asiakas ei voi tietää mahdollisista tuotteista ja palveluista, jos ei niitä hänelle esitellä. Kuten kuvasta voidaan päätellä, keskimmäiset portaat liittyvät toisiinsa ja tapahtuvat samanaikaisesti. Ilman asiakastapaamista ei voi tehdä tarpeiden kartoitusta eikä sijoitusopasta.

Asiakastapaamisen ei tarvitse olla varattu säästämisen tai sijoittamisen asioiden takia. Jokakaisessa asiakastapaamisessa voi tehdä ja tulisi tehdä rahastokuukausisäästösuunnitelma. Asiakkaan ei välttämättä tarvitse tietää, että toimihenkilö tekee sijoitusopasta samanaikaisesti muun keskustelun ja asioinnin ohessa. Siinä vaiheessa, kun kaikki muut asiat on hoidettu ja asiakastapaaminen on loppumaisillaan. Toimihenkilöllä on vielä antaa asiakkaalle säästämisen suunnitelma, tämän myytyä asiakas saa 1+1 -kokemuksen. Asia, jonka vuoksi hän tuli pankkiin, hoidettiin kuntoon ja samalla hänelle tehtiin säästämisen suunnitelma, josta hänelle on paljon hyötyä tulevaisuudessa. Tässä nähdään, millainen motivaatio työntekijällä on tehdä rahastokuukausisäästösopimuksia.

Toimihenkilön motivaatio myydä rahastokuukausisäästösopimuksia on suurin mittari tulokseen.

1. Kontaktoi asiakas, joko puhelimitse tai, kun asiakas kohdataan neuvontapalveluissa vuoronumerolla – varaa asiakkaalle aika säästämisen suunnitelmaa varten. Juuri sinun on otettava säästäminen puheeksi asiakkaan kanssa. Jos kerkeät niin tee säästämisen suunnitelma heti.
2. Opettele ja tutustu sijoitusopas-työkaluun. Sijoitusoppaan on myös toimittava moitteettomasti.
3. Luo asiakkaaseen luotettava suhde tuntemalla tuote, jota hänelle myyt.
4. Kuuntele asiakasta, ole ystävällinen ja täsmällinen. Älä myöhästy tapaamisesta. Jos asiakasta arveluttaa rahastosäästäminen, kysy rohkeasti: Miksi? Tämä näyttää asiakkaalle sen, että olet kiinnostunut hänestä etkä vain pelkästä myynnistä. Vaikka asiakas ei ole tullut tapaamiseen säästämisen takia. Tee hänelle samalla muiden asioiden hoituessa säästämisen suunnitelma.
5. Ole askeleen edellä. Suunnittele asiakastapaamista jo valmiiksi. Tulosta asiakkaalle esitteitä rahastoista ja säästämisestä, joita voit antaa asiakkaalle.
6. Kerro miksi säästäminen on tärkeää aloittaa nyt, eikä vuoden päästä. Vuoden päästä hän on jo unohtanut säästämisen aloittamisen.
7. Myy rahastokuukausisäästösopimus!!! Älä mieti, vaan myy.
8. Muista jälkihoito, kontaktoi asiakas uudestaan vuoden kuluttua, jotta voitte yhdessä tarkistaa rahastojen tuoton. Hyvin hoidettu asiakas kertoo hyvästä palvelusta eteenpäin tuoden lisää asiakkaita mukanaan.

Esimiehille yhtenä tärkeänä ohjeena on valmentava myyntijohtaminen. Esimiehen on järjestettävä työntekijät tarvittaviin koulutuksiin, jotta myyntitavoitteet voidaan saavuttaa. Työntekijöiden palkitseminen on myös tärkeä osa tavoitteiden saavuttamista, näin työntekijät huomavat, että työnantaja arvostaa tehtyä työtä ja se kannustaa tekemään enemmän. Esimiehen on oltava tavoiteltavissa, jotta työntekijät voivat

saada tarvittaessa tukea ja ohjausta myyntiin ja myynnin kehittämiseen.

7 YHTEENVETO

Tavoitteena tässä opinnäytetyössä oli selvittää, kuinka rahastokuukausisäästösopimuksia myytäisiin tavoitteiden mukaisesti ja tavoitteiden yli. Tarkoituksena oli löytää ongelmakohtia, jotka liittyvät myynnin vähyteen. Tutkimuksessa päätarkoituksena oli löytää vastaus kysymykseen: ”Mistä myynnin vähyys johtuu?” Johtuuko myynnin vähyys työntekijöiden koulutuksen puutteesta, vähäisestä motivaatiosta vai jostain muusta. Tutkimuksessa oli myös tarkoituksena löytää mahdollisia ratkaisuja niin myynnin kannalta kuin työntekijöiden koulutuksen osalta.

Teoriaosuudessa selvitettiin opinnäytetyön kannalta kolmea pääasiaa, jotka olivat rahastot, säästäminen ja myynnin haasteet. Rahasto-osuudessa keskityttiin siihen, mitä rahastot ovat ja millaisia rahastoja asiakkaille on tarjolla. Myynnissä perehdyttiin myynnin tavoitteisiin palveluneuvojen ja henkilökohtaisten pankkineuvojen osalta. Tavoitteet ovat tavoiteltavissa ja kuitenkin niitä ei saavuteta joka kuukausi. Säästämisessä keskityttiin siihen, miksi jokaisen tulisi säästää. Mitä hyötyä säästämisestä on?

Opinnäytetyön empiirinen osuus suoritettiin kvalitatiivisena tutkimuksena Webropol-ohjelmalla. Tutkimus tehtiin kyselynä, joka lähetettiin jokaiselle ennalta valitulle palveluneuvojalle ja henkilökohtaiselle pankkineuvojalle, joita oli yhteensä yhdeksänkymmentä. Tutkimukseen valittiin nämä kaksi ammattiryhmää, koska heidän tavoitteensa ovat melkein samat rahastokuukausisäästösopimusten osalta ja heidän molempien tavoitteisiin kuuluu rahastokuukausisäästösopimuksien myyminen. Näihin kahteen ammattiryhmään kuuluu niin aloittelevia pankkiammattilaisia, kuin monen vuoden takaisia ammattilaisia. Heidän työtehtävänsä ovat laajoja ja yhtenä tavoitteena on myydä rahastokuukausisäästösopimuksia. Koulutuksen ja osaamisen on oltava ja vastattava vaadittavaa tasoa, jotta työssään pärjää toivotulla tavalla.

Tutkimuksen tulokset osoittivat, että rahastokuukausisäästösopimuksia pidetään tärkeänä myyntituotteena. Työntekijöiden tietämys rahastoista on

kohdallaan, omasta mielestään työntekijät tuntevat rahastot hyvin. Ongelmana ei myöskään tuntunut olevan se, ettei osataisi myydä. Yli puolet vastaajista kertoi olevansa hyviä myyjiä. He osaavat tuoda rahastosäästämisen esille asiakastapaamisessa. Rahastokuukausisäästösopimuksia osataan myös siis myydä, miksi niin ei tehdä? Asiakkaiden tietämys rahastoista ja luottamus rahastojä kohtaan on ollut heikohkoa, ja tämä on vienyt osan myynneistä.

Tutkimuksessa tuli esille työntekijöiden tyytymättömyys sijoitusoppaan tekniseen puoleen, joka ei toimi aina moitteettomasti. Sijoitusopas on työkalu, jolla tehdään kaikille asiakkaille säästämisen suunnitelma. Työntekijöiltä tuli paljon kehittämisideoita sijoitusoppaaseen, joiden avulla myyntiprosessia nopeutetaan ja helpotetaan. Tutkimuksessa ilmeni samalla työntekijöiden mielipide palkitsemisjärjestelmästä työntekijöitä kohtaan, joka on työntekijöiden mielestä heikkoa. Suurin osa kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että jos henkilökohtaiset tavoitteet saavutetaan ja ylitetään, työntekijä saa niistä provision tai bonuksen, sopimuksia yritettäisiin myydä vieläkin enemmän.

Ongelma ei ole yksiselitteinen. Motivaation puute kuukausisopimusten myymisessä johtuu enemmänkin sijoitusoppaan hankaluudesta, koulutuksen vähäisyydestä, itseopiskeluajan vähäisyydestä ja palkitsemisjärjestelmän puutteesta. Työntekijöiden on myös itse pidettävä huoli siitä, että hänellä on tuotetietous vaaditulla tasolla, samoin myös sijoitusoppaan tekninen osaaminen. Työntekijän motivaatio tehdä myyntiä on samalla avain hänen oman urakehitykseen. Näin ollen huomaamme miten kaikki liittyvät toisiinsa. Työnantaja antaa työntekijälle avaimet tekemiseen ja palkitsee hyvästä tuloksesta. Samalla kun työntekijä tekee parhaansa, saavuttaa hänelle asetetut tavoitteet ja mahdollisesti ylittää ne.

Opinnäytetyöstä uskotaan olevan hyötyä, jos työnantaja kuuntelee työntekijöitään ja keskittyy valmentamaan johtamiseen. Työntekijöille olisi annettava aikaa kouluttautua ja opiskella sijoitusoppaan käyttöä. Olisi annettava

avaimet tekemiseen. Uusi palkisemisjärjestelmä toisi lisää motivaatiota tekemiseen ja näin ollen työntekijä hyötyisi rahastokuukausisäästösopimusten myymisestä yhtä paljon kuin yhtiö itsekin, mikä olisi ihannetilanne.

LÄHTEET

PAINETUT LÄHTEET

Erola, M. 2009. Paras sijoitus – Itsepuolustusopas sijoittajalle. 2. painos. Helsinki: Talentum

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Hämäläinen, K. 2005. Sijoittajan käsikirja. Gummerus kirjapaino.

Järvinen, S & Parvinen, A. 2011. Pääomaturvattu sijoittaminen. Helsinki: Talentum

Nikkinen, J. Rothovius, T. & Sahlström, P. 2002. Arvopaperisijoittaminen. Vantaa: Dark Oy.

Nousiainen, S & Sundberg, S. 2009. Sijoituspalveluopas. Espoo: Painotalo Redfian Oy

Puttonen, V. & Repo, E. 2011. Miten sijoitan rahastoihin. 5. Uudistettu painos. Helsinki: W, SOYpro Oy.

Rope, T. 2003. Onnistu myynnissä. Juva: WS Bookwell Oy.

Rope, T. 2009. Perus myyjästä super myyjäksi. Helsinki: Infor Oy.

Rpoe, T. 2004. 100 keinoa tehostaa myyntiä. Juva: WS Bookwell Oy.

Rubanovitsch, M. & Aalto, E. 2007. Myy enemmän – myy paremmin. 4. Uudistettu painos. Helsinki: WSOY.

Ylikoski, T. Järvinen, R. Rosti, P. 2006. Hyvä asiakaspalvelu -menestyskijä finanssialalla. 2. uudistettu painos. Vammala: Vammalan kirjapaino Oy

ELEKTRONISET LÄHTEET

Amk.fi 2016. Tutkimuksen reliabiliteetti. [Viitattu 3.5.2016] Saatavissa:

<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojak-sot/0709019/1193463890749/1193464185783/1194413792643/1194415307356.html>

Amk.fi 2016. Tutkimuksen validiteetti. [Viitattu 3.5.2016] Saatavissa:

<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojak-sot/0709019/1193463890749/1193464185783/1194413809750/1194415367669.html>

Finanssivalvonta 2016. Rahastoyhtiöiden markkinaosuudet 2015. [Viitattu 26.2.2016] Saatavissa: http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Tilastot/Arvopaperi-markkinat/Rahastoyhtioiden_markkinaosuudet/Pages/kuviosivu.aspx

Kaartinen, V. 2009. Tämä erottaa huipou myyjän perusmyyjästä. Myynti-työ. [Viitattu 6.3.2016] Saatavissa: <http://www.tekniikkatalous.fi/ty-oelama/2009-06-17/T%C3%A4m%C3%A4-erottaa-huippumyyj%C3%A4n-perusmyyj%C3%A4st%C3%A4-3274883.html>

Kokko, L, 2015. Ajassa.Nordea.fi. Arki ja asuminen. 4 faktaa miksi kannattaa säästää. [viitattu 19.1.2016] Saatavissa: <https://ajassa.nordea.fi/arki-asuminen/fakta/4-faktaa-miksi-kannattaa-saastaa-saannollisesti>

Käenmäki, M. 2015, Ajassa.Nordea. Talous ja sijoittaminen. Salkunhoitaja. [viitattu 18.1.2016] Saatavissa: <https://ajassa.nordea.fi/talous-sijoittaminen/fakta/salkunhoitaja-huolehtii-sijoittajan-mielenrauhasta/>

Käenmäki, M. Ajassa.Nordea. Talous ja sijoittaminen. Satasen vuosi salkussa. [Viitattu 18.1.2016] Saatavissa: <https://ajassa.nordea.fi/talous-sijoittaminen/ajassa-kiinni/satasen-vuosi-salkussa/>

Nordea. 2015. Nordea: henkilöasiakkaat, säästöt, rahasto [viitattu 2.12.2015] Saatavissa: <http://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/saastot/rahastot/rahastot-nyt.html>

Nordea. 2015. Nordea: henkilöasiakkaat, säästöt, rahastot [viitattu 9.12.2015] Saatavissa: <http://www.nordea.fi/henkiloasiakkaat/saastot/rahastot/saastajan-rahastot.html#tab=Ominaisuudet>

Sijoitustieto.fi Eläkesäästäminen ja eläkevakuutus – Hyvä eläke [viitattu 22.2.2016] Saatavissa: <https://www.sijoitustieto.fi/elakesaastaminen>

Työeläke 2016. Oman työeläkkeen tarkistus. [Viitattu 6.3.2016] Saatavissa: <https://www.tyoelake.fi/fi/vakuuttaminen/tyontekijanvakuuttaminen/kuntienjavaltiontyontekijat/Sivut/default.aspx>

Video. Nordea säästäjän rahasto [Viitattu 5.12.2015] Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=6fl52c.MWY6g>

Vero 2016.sijoitusrahasto-osuudet. [viitattu 9.3.2016] Saatavissa: [https://www.vero.fi/fiFI/Henkiloasiakkaat/Sijoitukset/Sijoitusrahastoosuudet\(9739\)](https://www.vero.fi/fiFI/Henkiloasiakkaat/Sijoitukset/Sijoitusrahastoosuudet(9739))

LIITTEET

Haastattelun kysymykset

Tietoja vastaajasta

1. Mihin ikäryhmään kuuluut?

1. 20-25	2. 26-30	3. 31-35	4. 36-40
5. 41-45	6. 46-50	7. 51-55	8. yli 55
2. Kuinka kauan olet työskennellyt Nordeassa?

1. alle 1	2. 1-5 vuotta	3. 6-10 vuotta
4. 10-20 vuotta		
5. yli 20 vuotta		
3. Työskenteletkö

1. Neuvontapalvelut ajanvarauksella
2. neuvontapalvelut ilman ajanvarausta
3. molemmissa

Rahastosäästäminen

Vastausvaihtoehdot 1-5 1= täysin samaa mieltä 4=Täysin erimieltä

1. Osaan kertoa asiakkaalle mikä on rahasto

1	2	3	4
---	---	---	---
2. Kuukausittainen rahastosäästäminen on asiakkaalle hyödyllistä?

1	2	3	4
---	---	---	---
3. Kuukausittainen rahastosäästäminen on mielestäni tärkeää?

1	2	3	4
---	---	---	---
4. Rahastosäästämisessä on riskejä?

1	2	3	4
---	---	---	---

Millaisia riskejä tulee mieleesi?

5. Suosittelisin kuukausittaista rahastosäästämistä asiakkaalle?

1	2	3	4
---	---	---	---
6. Onko sinulla itselläsi kuukausittainen rahastosäästösopimus?

Kyllä	En
-------	----

 miksi?

Myynti

7. Tunnen rahastot tarpeeksi hyvin?

1	2	3	4
---	---	---	---
8. Minun pitäisi oppia rahastoista vielä enemmän?

- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
9. Olen harjoitellut sijoitusoppaan käyttöä?
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
10. Osaan käyttää sijoitusopasta moitteettomasti?
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
11. Onko sijoitusoppaassa mielestäsi puutteita?
- Kyllä Ei
- Millaisia?
12. Olen saanut tarpeeksi tukea rahastokuukausisäästösopimusten myymiseen?
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
13. Olen saanut tarpeeksi koulutusta rahastokuukausisäästösopimusten myymiseen?
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
14. Myyntikisat lisäisivät kuukausisopimuksien myyntiä?
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
15. Myyntikilpailut motivoisivat minua ja pyrkisin saamaan myyntiä enemmän?
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
16. Jos myynnistä saisi provision, tekisin enemmän rahastokuukausisäästösopimuksia
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
17. Myyntiä nostaisi, jos kuukaudessa tekisi esim. 5kpl sopimuksia, saisi seuraavaan palkkaan bonuksen
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
18. Mikä sinua motivoisi myymään enemmän?
19. Osaan tuoda kuukausittaisen rahastosäästämisen esille asiakastilanteessa?
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
20. Helpompaa on myydä asiakkaalle Etutili säästämistä varten
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
21. Minusta rahastosäästäminen on tärkeä myyntituote
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
22. Osaan myydä kuukausisäästösopimuksen hyvin
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
23. Myynnissä voisi käyttää hyväksi esim. asiakkaan syntymäpäivää (Oletko ostanut itsellesi lahjan? Mitä jos aloittaisit säännöllisen säästämisen?)
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
24. Olen mielestäni vakuuttava myyjä
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
25. Onnistunut myynti motivoi minua myymään enemmän
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|

Haasteet myynnissä

26. Koen, että haasteena myymisessä on aika asiakkaan kanssa (Neuvontapalvelut ilman ajanvarausta noin 15min)
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
27. Koen, että haasteena on huono tuotteen tuntemus

- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
28. Koen, että sijoitusopas on liian monimutkainen
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
29. Sijoitusoppaasta voisi tehdä yksinkertaisemman
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
30. Koen, että myymisestä puhutaan liikaa / myyntiin painostetaan liikaa
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
31. Pelkään, että asiakas kysyy jotain mihin en osaa vastata
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
32. Asiakkaat vieroksuvat sanaa rahasto
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
33. Asiakkaat eivät tiedä rahastoista tarpeeksi
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
34. Asiakkaat haluavat säästää, mutta ei rahastoihin
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
35. Koen, etteivät asiakkaat luota rahastojen tuottoon
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
36. Pelkään etten osaa olla vakuuttava myyjä asiakkaan silmissä
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
37. Koen, että kuukausisäästösopimuksia olisi helpompi myydä lainaneuvotteluiden yhteydessä
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
38. Alaikäiselle tiliä avattaessa olisi helppo myydä kuukausisäästösopimus esimerkiksi lapsilisistä
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
39. Nuoria asiakkaita kiinnostaa säästäminen
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
40. Asiakkaat kokevat pitkäaikaisen säästämisen tärkeäksi
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
41. Asiakkaat ymmärtävät säästämisen tärkeyden tulevaisuuden varalle
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
42. Asiakkaat ymmärtävät säästämisen tärkeyden, mutta eivät aloita sitä vielä
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
43. Asiakkaat eivät ymmärrä säästämisen tärkeyttä
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
44. Olen kehittänyt itselleni hyvän myyntitavan
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
45. Myynnin onnistuttua, saan hyvän fiiliksen
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
46. Yritys mainostaa säästämistä, joka helpottaa myyntiä
- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
47. Kerro omin sanoin ajatuksiasi rahastokuukausisäästösopimuksesta
48. Miten suosittelet asiakkaalle rahastokuukausisäästösopimusta